

Panasonic mit innovativen IFA-Neuheiten



Vernetzung trifft Design

Für technisch Interessierte: Ja, kann er.

Erleben Sie Individual Compose auf der IFA in Berlin. Das innovative TV-System, das HDTV-Inhalte nicht nur empfangen, sondern auch aufnehmen kann. Besuchen Sie uns in Halle 6.2, Stand 201.

LOEWE.

Willkommen auf der IFA! Panasonic präsentiert auf der weltgrößten Messe für Consumer Electronics wieder eine breite Produktpalette in Sachen TV, Home Entertainment, Video und Foto. Die preisgekrönte Viera Linie wird sowohl im Plasma- als auch im LCD-TV-Segment um neue Produkte erweitert, die erfolgreiche

Vernetzung wird ein immer wichtigeres Thema im Bereich der Unterhaltungselektronik. Für die Vernetzung und die Kommunikation der unterschiedlichen Geräte untereinander präsentiert Panasonic Viera Link. Viera Link ist ein neuartiges Steuerungssystem, das mit nur einer Fernbedienung die optimale Handhabung aller angeschlossenen Geräte garantiert.

Viera Link basiert auf HDMI 1.3 (High Definition Multimedia Interface), einem Standard für die Verbindung unterschiedlicher digitaler Video- und Audiogeräte. HDMI-Kabel übertragen nicht nur digitale Audio- und Videosignale, sondern auch Steuerungssignale, die Viera Link nutzt. Mit Viera Link und HDAVI 1 können alle angeschlossenen AV-Geräte mit nur

Lumix-Familie bekommt Zuwachs, und auch im Camcorder- und Home Entertainment-Segment gibt es zahlreiche Neuheiten. Neben der Produktvielfalt steht bei dem Unternehmen nach wie vor der hohe Anspruch an Technologie, Umwelt und Design im Vordergrund.

einer Fernbedienung an- und ausgeschaltet werden. Die Funktion Viera Link HDAVI 2 kann noch mehr: Sie ermöglicht beispielsweise die Steuerung des eigenen DVD-Recorders oder der an den Fernseher angeschlossenen Kamera über ein Bildschirm-Menü. Ein Druck auf die Viera Link-Taste der Viera Link-Fernbedienung genügt, und der Anwender gelangt auto-

matisch in das übersichtliche Bedien-Menü. Über das Menü können sämtliche kompatiblen Diga DVD-Player, Blu-ray-Player, Lautsprechersysteme und HD Camcorder von Panasonic gesteuert werden. Die Voraussetzung dafür ist, dass die Geräte mit der Funktion Viera Link HDAVI 2 ausgestattet sind. Möchte der Anwender beispielsweise eine

HITACHI
Inspire the Next

IFA: Halle 23 Stand 102

Lextronix
re.inventing radio | www.lextronixusa.de

Neu im Vertrieb der
MBA-Marken VERTRIEBS GMBH

IFA: Halle 4.2 Stand 212



FUNAI
DIGITAL VISUAL ENTERTAINMENT

IFA: Halle 6.2 Stand 105



LCD-TV DLP-37C3

www.daewoo-electronics.com



Die beste IFA aller Zeiten



Sehr geehrte Damen und Herren, die IFA 2007 wird nicht nur das bekannte jährliche Highlight der Consumer Electronics-Branche sein: Sie wird uns aller Voraussicht nach als eine der besten IFAs aller Zeiten in Erinnerung bleiben. Dies zeichnete sich bereits im Vorfeld und bei den IFA PreViews für die Presse ab.

Alle marktbestimmenden Unternehmen zeigen ihre Innovationen, Konzepte und Produkte auf der weltweit wichtigsten Messe für Consumer Electronics in Berlin. Dazu kommt ein Rahmenprogramm, das mit Informationen und Einblicken seinesgleichen sucht. Der Veranstalter der IFA, die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), hat gemeinsam mit den Partnern das erfolgreiche Konzept der Messe auch für 2007 weiterentwickelt. Ein herausragender Punkt dabei sind die traditionellen Partnerschaften der führenden Fachhandelskooperationen ElectronicPartner, EURONICS International, expert und telering, die intensiviert wurden.

Damit haben wir die weltweit führende CE-Messe noch stärker auf die Interessen der Händler ausgerichtet: Die Fachbesucher sind die VIPs der IFA. Sie können die ganze Bandbreite der internationalen CE-Branche in Berlin an einem Ort erschließen. Kompetent und kundenbezogen stehen alle Angebote und Informationen zur CE-Branche zur Verfügung: Angefangen bei den nationalen und internationalen Fachbesucher-Packages für die IFA-Reise, über den Internationalen Fachbesucher-Empfang und Angebote für themenspezifische Führungen bis hin zu den International Keynotes.

Für 2007 erwarten wir eine weiterhin positive Entwicklung des Marktes. Die wichtigsten Wachstumstrends des Jahres 2006 werden sich 2007 fortsetzen. Dafür sorgen hauptsächlich die neuen, digitalen Produkte. Die IFA ist für die gesamte CE-Branche ein riesiger, einzigartiger Markt mit Produkten, Trends und Innovationen, die in den folgenden Monaten in den Fachgeschäften im Mittelpunkt des Kundeninteresses stehen werden. Die IFA 2007 wird mit ihrer wirtschaftlichen Bedeutung und dem großartigen Medienecho für wichtige Impulse im Markt der Consumer Electronics sorgen.

Die Weichen für die IFA 2007 sind auf Erfolg gestellt. Wir haben unsere Arbeit darauf ausgerichtet, dass die IFA als die gemeinsame Ausstellungs-, Handels-, Kongress- und Orderplattform für die weltweite Consumer Electronics-Branche auch für den Handel zu einem Erfolg wird.

Ich freue mich, Sie in Berlin bei der IFA 2007 zu sehen!

Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu)



Die Funktion Viera Link lässt die Geräte der Panasonic-Serien miteinander kommunizieren. Über ein praktisches Bedien-Menü werden die Geräte per Fernbedienung gesteuert. Der Vorteil: Die Geräte sind nur mit einer Fernbedienung steuerbar. Da die Navigation über das Bedien-Menü des TVs erfolgt, können einzelne Komponenten auch im Schrank verschwinden, da keine direkte Funk- oder Infrarotverbindung vorausgesetzt wird.

Aufzeichnung auf seinem Diga DVD-Recorder abspielen oder ihn für spätere Aufnahmen programmieren, wählt er einfach den Menüpunkt „DVD-Recorder“ und hat umgehend Zugriff auf alle Funktionen des angeschlossenen DVD-Recorders. Ein weiterer Vorteil des Bildschirm-Menüs: Auf Wunsch können alle Geräte im Schrank verschwinden, da ihre Steuerung über das Menü erfolgt und die TV-Fernbedienung keine direkte Funk- oder Infrarotverbindung zu den einzelnen Geräten voraussetzt. Mit Viera Link setzt Panasonic ganz konsequent Akzente in Sachen Vernetzung.

Die neue Viera Full HD PZ700 Plasma-Serie

Mit der neuen Modellserie PZ700 der Viera Plasma-Bildschirme vereint Panasonic technische Highlights mit höchsten ästhetischen Ansprüchen. Die Plasmas sind in edlem Klavierlack-Optik-Design gehalten und mit den Features Full HD-Panel und V-Real Pro 2 lebendige Farben und flüssige Bildfolgen – und das selbst bei anspruchsvollsten Filmsequenzen. Bei höchster Auflösung sorgt zudem das bewährte Real Black Drive System für intensive Schwarztöne und der neue Digital Optimizer für fließende, scharfe Bilder. Dank integriertem DVB-T-Tuner ist problemlos der Empfang von digitalen Fernseh- und Hörfunkprogrammen mög-

präsentiert Panasonic den Full HD Plasma-Fernseher auch als 50 Zoll-Variante (127 Zentimeter Bildhöhe). Unterstützt durch 68,7 Milliarden darstellbare Farben und 4.096 Graustufen garantiert V-Real Pro 2 lebendige Farben und flüssige Bildfolgen – und das selbst bei anspruchsvollsten Filmsequenzen. Bei höchster Auflösung sorgt zudem das bewährte Real Black Drive System für intensive Schwarztöne und der neue Digital Optimizer für fließende, scharfe Bilder. Dank integriertem DVB-T-Tuner ist problemlos der Empfang von digitalen Fernseh- und Hörfunkprogrammen mög-

8 GB High Pro Speed Speicherkarte von Panasonic

Panasonic hat für den September 2007 die Einführung einer 8 GB Pro High Speed SDHC Speicherkarte angekündigt. Die RP-SDV08GE1K vereint hohe Speicherkapazität und hohe Speichergeschwindigkeit und wird voraussichtlich für eine unverbindliche Preisempfehlung von 129 Euro erhältlich sein.



Durch die zunehmende Verbreitung von High Definition (HD) Camcordern und hochauflösenden digitalen Fotokameras wächst das Interesse an selbst gedrehten HD-Videos und hochauflösenden Aufnahmen. Dies führt wiederum dazu, dass bei kartenbasierten Aufnahmemedien größere Speicherkapazitäten und höhere Datentransferraten erwartet werden. Die neue Panasonic SDHC Speicherkarte erfüllt diese Anforderungen schon heute. Sie geht nicht nur konform mit den Spezifikationen 2.0 für SD Speicherkarten, sondern erfüllt auch die Geschwindigkeitsspezifikationen der Class 6, welche eine Mindest-Datentransferrate von 6 MB/Sekunde vorschreiben. Mit 8 GB Speicherkapazität ist die RP-SDV08GE1K in der Lage, einen zweistündigen High Definition-Film im AVCHD-Normalmodus oder rund 3.080 hochauflösende Fotos (10 Megapixel, 3648 x 2736, Normal-Modus) aufzunehmen. Mit einer Datentransferrate von bis zu 20 MB/Sekunde legt sie mehr als genug Tempo für professionelle Einsätze in der Foto- und Videographie vor. Selbst Fotoprofis können mit ihren D-SLR Kameras bedenkenlos bei voller Auflösung zu Serienaufnahmen ansetzen. Auch in Zukunft wird Panasonic eine führende Rolle bei der Entwicklung von SD/SDHC-kompatiblen Geräten und SD/SDHC Speicherkarten übernehmen. Durch die neuerliche Steigerung der Speicherkapazitäten und Datentransferraten soll die Verbreitung von SD/SDHC Speicherkarten weiter forciert werden.

Das Panasonic-Sortiment an Pro High Speed Karten der Class 6 umfasst damit insgesamt vier Modelle mit 1, 2, 4 und 8 GB Speicherkapazität. Noch in diesem Jahr soll das Sortiment um eine 16-GB-Karte verstärkt werden.

Welcher Fernseher-Typ ist Ihr Kunde?

Beim Kauf eines neuen Flachbildfernsehers steht der Kunde vor der Wahl zwischen zahlreichen Modellen und Größen sowie der Frage nach der geeigneten Technologie – Plasma oder LCD. Panasonic empfiehlt dem Fachhandel, den Kunden auch auf die Viera TV Galerie im Internet aufmerksam zu machen. Die neue Panasonic Viera TV Galerie kann so manche Kaufentscheidung erleichtern. Und so funktioniert sie: Auf www.panasonic.de/specials/tvgalerie/ wählt der Nutzer zunächst den Raum, welcher der Umgebung, in der das Gerät



platziert werden soll, am ähnlichsten ist. Dabei hat er die Wahl zwischen Wohnküche und Schlafzimmer sowie drei unterschiedlich eingerichteten Wohnzimmern – von klassisch bis modern. Anschließend entscheidet sich der Interessierte für eine Bildschirmdiagonale zwischen 50,8 und 165 Zentimetern (20 bis 65 Zoll). Abhängig von der Bilddiagonale erhält der Anwender eine Auswahl passender Modelle, die er in dem gewünschten Raum positionieren kann. Dabei stehen mit Wandhalterung, Rack und Sockel verschiedene Befestigungsoptionen zur Verfügung. Auf diese Weise kann der Benutzer der TV Galerie das Anbohren der Wände umgehen, wenn sich herausstellt, dass Sockel oder Rack bessere Alternativen sind.



Die beste Bildschirmgröße für den eigenen Raum wird über eine weitere Eigenschaft ermittelt: Entsprechend der Bilddiagonale berechnet die Viera TV Galerie den optimalen Sitzabstand zum Fernsehgerät. Dieser sollte nicht zu gering sein. So wird bei einer Diagonale von 94 Zentimetern ein Abstand von mindestens 2,35 Metern empfohlen. Parallel zum gewählten TV-Gerät zeigt die TV Galerie auch die wichtigsten Eckdaten des jeweiligen Fernsehers an. Neben dem Produktnamen erscheint die Auflösung, die Gesamtgröße, die vorhandenen Anschlüsse sowie die Technologie – Plasma oder LCD. Wer weitere Produktinformationen wünscht, klickt auf den entsprechenden Button und gelangt automatisch auf die Panasonic Homepage mit weiteren ausführlichen Informationen zum jeweiligen Fernsehgerät.

Wer jetzt noch überlegt, ob sich ein Flachbildschirm überhaupt lohnt, weil die alte Bildröhre noch funktioniert, dem öffnet ein Größenvergleich die Augen: Ein Röhrenfernseher mit einer Bildschirmdiagonale von 72 Zentimetern benötigt beispielsweise genauso viel Platz in Höhe und Breite wie ein Flachbildfernseher mit einer Diagonale von 80 Zentimetern. Darüber hinaus nimmt ein Flachbild-TV von Panasonic – je nach Modell – nur eine Tiefe von 9,5 bis 13,7 Zentimetern ein. Dagegen ist ein Röhren-TV chancenlos.

lich. Um in dem reichhaltigen Programmangebot den Überblick zu bewahren, können via Multi-Window-Funktion mehrere TV-Bilder zur selben Zeit eingeblendet werden. Für den schnellen und unkomplizierten Anschluss eines Panasonic HD-Camcorders oder ähnlichem spendiert Panasonic den beiden Geräten auch einen HDMI-Eingang an der TV-Vorderseite. Gleichzeitig verfügt die PZ700-Serie über einen eigenen SD-Karten-Slot sowie einen direkten PC-Anschluss. Es bedarf nur weniger Handgriffe, um auf dem großen Viera-Bildschirm in den Genuss selbstaufgenommener Digitalfotos und Videos zu kommen. Der SD-Kartenleser unterstützt die Formate AVCHD, MPEG2 und HD-JPEG.

Die PZ700-Serie ist sowohl mit V-Audio Surround Sound als auch mit der SRS TruSurround XT Technologie ausgestattet. Beim V-Audio Surround Sound ermöglichen passive Radiator-tiefen-Lautsprecher einen kräftigen, ausdrucksstarken Bass. Gleichzeitig optimiert die Technik die Wiedergabe in niedrigen bis mittleren Frequenzbereichen. SRS TruSurround XT sorgt dagegen bei der Wiedergabe von Mehrkanal-Audio über ein Zwei-Lautsprecher-System für ein Hörerlebnis in Surround-Sound-Qualität.

Die neuen Full-HD Plasma-Fernseher sind mit der neuen Panasonic Viera Link-Technologie mit HDAVI Control 2 kompatibel und somit fit für die unkomplizierte Vernetzung von Panasonic's Heimkinokomponenten.

Die Viera Plasma-TVs der PZ-Serie können zu unverbindlichen Preisempfehlungen von 3.399 Euro (50 Zoll) und 2.399 Euro (42 Zoll) angeboten werden.

Beste Leistung, fairer Preis

Mit der PDP-PV7-Serie schließt Panasonic die Lücke zwischen seinen erfolgreichen LCD-Modellen und den Plasma-Displays der Marke, die vor allem mit ihren hervorragenden Schwarzwerten und kontrastreichen Bildern überzeugen. Panasonic hat mit den PV7-Modellen eine ideale Einstiegsmöglichkeit geschaffen. Das bedeutet jedoch keinesfalls, dass die Modelle TH-37PV7 und TH-42PV7 sich in punkto technische Ausstattung in den Bereichen Bild und Ton verstecken müssen. Das G10 HD Panel – der Umwelt zuliebe ohne das Schwermetall Blei produziert – bietet eine Auflösung von 1.024 x 768 Pixeln und ein Kontrastverhältnis von 8.000 : 1. Die V-Real Technologie erzeugt ein sattes Schwarz und 2.048 Graustufen. Der Effekt:



Mit der neuen Modellserie PZ700 der Viera Plasma-Bildschirme vereint Panasonic technische Highlights mit höchsten ästhetischen Ansprüchen.

POS-MAIL INHALT

Panasonic TV-Stars auf der IFA: Große Full HD-Auswahl ... 6	Tatung verstärkt das Europa-Geschäft mit LCD-TV-Geräten ... 34
Panasonics mobile Navigation mit Sprachsteuerung ... 7	Harman ist auch auf der IFA tonangebend ... 35
Neue Full HD-Camcorder von Panasonic ... 8	Yamaha Digital Sound Projektor YSP 3000/4000 ... 36
Flachdisplays: Markttrends ... 12	Restrukturierung des Strong Vertriebs zur IFA abgeschlossen ... 37
Acht neue Sharp AQUOS im Slim Line Design ... 14	Grundig auf der IFA: Neue Akzente in Design und Technik ... 38
Philips zeigt auf der IFA Technologien für perfekte Bilder ... 16	Vivanco: Spezialist für anspruchsvolles Zubehör auf der IFA ... 39
Toshiba auf der IFA: Jedes Pixel Regza ... 18	Dangaard Telecom/Brightpoint präsentiert sich auf der IFA ... 41
Kaon Media startet durch ... 20	Deutsche Telekom nimmt die Kleinunternehmer in den Fokus ... 43
IFA-Neuheiten für Premium-Ansprüche von Pioneer ... 22	D-Link tritt mit der neuen HorstBox Professional gegen die FritzBox an ... 44
Sonys Welt der hochauflösenden Bilder ... 23	eno@home ab jetzt im jährlichen Turnus ... 45
Interview mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH ... 25	Zwei neue Design-Drucker von Samsung ... 46
Neues Shop-in-Shop-System von Sony ... 26	Packard Bell Notebook EasyNote XS ... 47
Sony Academy bietet Training nach Maß ... 27	Playstation Spiele-Feuerwerk auf der Games Convention ... 49
Mobiler Blu-ray-Brenner mit Notebook von Sony ... 28	TK-Nachrichten ... 40
Sony aus der Sicht des Fachhandels ... 29	TK-Neuheiten ... 42
Sonys neue Cyber-shot-Modelle in edlem Design ... 30	Neuheiten ... 48
Neue Full HD Großbild-TVs von JVC ... 32	Aktuell ... 10, 36, 39
75 Jahre Autoradio ... 34	Kleinanzeigen ... 50
	No(?)sense ... 50
	Impressum ... 50



Panasonics PV7-Serie: Plasma-TV zum besten Preis-/Leistungsverhältnis. Hier das Modell Panasonic Viera TH-42PV7

hohe Brillanz und außergewöhnliche Detailgenauigkeit. Unterstützt durch 29 Milliarden darstellbare Farben garantiert V-Real lebendige

Bilder und flüssige TV-Sequenzen. Auch beim Klang hält die PV7-Serie mit größeren Plasmas mit: Die Modelle verfügen über

Ambience Raumklang, die hochwertige Panasonic Version von Virtual Dolby Surround. Mit 20 Watt Ausgangsleistung und der

(K)eine Frage: Sind Plasma-Displays wirklich besser als LCD-Bildschirme?

Wer die Frage nach der besseren Bildschirm-Technologie mit einem einfachen Votum pro LCD-Bildschirm oder Plasma-Displays beantwortet, ist entweder zu bequem, um bei dem geplanten Einsatzzweck die spezifischen Eigenschaften der beiden Technologien zu berücksichtigen, oder er hat sich nicht gründlich genug mit den technischen und optischen Details beschäftigt. Fragt man jemand, der Ahnung von Kraftfahrzeugen hat, ob ein Diesel- oder ein Otto-Motor der bessere Antrieb für einen PKW sei, wird man zu hören bekommen: „Ja, es kommt darauf an, ob ...“. Ähnlich ist es bei der besseren Bildschirm-Technik: Es kommt darauf an, welche Programminhalte man sich überwiegend anschauen wird, und wo man das tun möchte. Bleiben diese Kriterien bei der Kaufentscheidung unberücksichtigt, wächst das Risiko, dass der Kunde mit dem zweitbesten Bildschirm nach Hause geht. Bedauerlicherweise ist das häufig der Fall.

Out: Argumente von gestern

Innerhalb weniger Jahre hat sich der Markt für TV-Geräte vollkommen umgestaltet. Die explodierende Nachfrage nach Flach-TV-Geräten hat die wirtschaftliche Grundlage für eine umfassende technische Weiterentwicklung der Plasma-Display-Technologie wie auch der LCD-Technik geschaffen. Der Wettbewerb zwischen den konkurrierenden Systemen führte auf beiden Seiten zur Beseitigung von Schwachstellen und förderte die technische Perfektion. Deshalb haben früher benutzte Argumente über höheren oder niedrigeren Stromverbrauch und kürzere oder längere Lebensdauer ihre Gültigkeit als Unterscheidungsmerkmal verloren. Auch bei den Verkaufspreisen kam es nach heftigen Preiskämpfen zu einer Angleichung zwischen PDP und LCD. Preisunterschiede zwischen Flachbildschirmen gleicher Größe sind heute eher durch unterschiedliche Qualität, höhere Auflösung und bessere Ausstattung der Modelle bedingt als durch unterschiedliche Display-Technologien.

1. Wahl für Home Cinema und Fernsehfilme: Plasma-Display

Farbumfang, Schwarzsättigung, Bewegungsschärfe und weite Betrachtungswinkel sind klassische Stärken der Plasma-Technologie. Bei diesen besonders für die Betrachtung von Spielfilmen wichtigen Eigenschaften werden andere Flachdisplay-Technologien mit Abstand geschlagen: Um die Farben der Natur und Hauttöne realistisch abzubilden, muss der darstellbare Farbraum möglichst groß sein. Damit schnell bewegte Objekte und Personen scharf und detailreich sichtbar gemacht werden können, sind extrem kurze Reaktionszeiten erforderlich, wie sie für Plasma-Bildzellen typisch sind. Um Bilder von unterschiedlichsten Zuschauerpositionen aus kontrastreich und in leuchtenden Farben genießen zu können, muss das Bild auf der Vorderseite des Bildschirms erzeugt werden wie bei Plasma-Displays. Um der Illusion einer Filmhandlung verfallen zu können, ist es erforderlich, die möglichst nur schwach beleuchtete Umgebung vergessen zu können, und dunkle Bildpartien sollten tiefschwarz bleiben und nicht schmutzgrau leuchten. Deshalb wird im Kino spätestens dann, wenn der Hauptfilm beginnt, das Licht ausgemacht. Wenn man den besten Bildschirm für das Filmvergnügen und die Lieblings-Fernsehserie im eigenen Wohnzimmer sucht, dann darf man die Auswahl nicht im hellen Neonlicht eines Verkaufsraums treffen, sondern bei ähnlichen Lichtverhältnissen wie im Wohnzimmer. In diesem Fall ist die Chance groß, dass man mit dem richtigen Modell für diesen Zweck nach Hause geht, und das wird fast immer ein Plasma-Display sein.

Pinnacle Systems und Panasonic gehen Kooperation ein

Pinnacle Systems hat eine europaweite Vereinbarung mit Panasonic getroffen. Gegenstand dieser Vereinbarung ist die Bündelung des Panasonic AVCHD Camcorders HDC-DX1EG-S mit der Videobearbeitungssoftware Pinnacle Studio Plus v.11. Beim Kauf eines Panasonic AVCHD-Camcorders vom Typ HDC-DX1EG-S erhalten Kunden die Pinnacle Studio Plus v.11 Software kostenlos dazu. Die Bündelung gilt ab sofort für Deutschland, Frankreich, Belgien, Großbritannien, die nordischen Länder sowie für einige Staaten Osteuropas. „Der AVCHD-Standard ist im weltweiten Markt gut etabliert und hat in den vergangenen Monaten einen außerordentlichen Wachstumsschub erlebt. Gemeinsam mit Pinnacles exzellenter Videobearbeitungssoftware erhalten Endverbraucher jetzt eine ideale Kombination für die Produktion von Videos in höchster Bildqualität“, so Sven Dabelstein, Manager Product Marketing bei Panasonic Marketing Europe.

Wahloption Musik- oder Sprachmodus werden die verschiedensten Klänge jederzeit ohne Verluste wiedergegeben.

Auch die Viera PV-Serie arbeitet mit Viera Link Technologie mit HDAVI Control 2.

Der empfohlene Verkaufspreis für den Viera TH-37PV7 lautet 1.099 Euro und für den TH-42PV7 1.299 Euro.

qualität zu erreichen, arbeitete Panasonic mit führenden Hollywood-Koloristen und Bildexperten zusammen. Aus dieser Kooperation ist eine innovative Projektor-Technologie hervorgegangen, die es mit Hollywood-Bildqualität aufnehmen und den Ideen der Art Direktoren aus der amerikanischen Filmschmiede endlich gerecht werden soll. Um diesem Anspruch zu genügen, bedarf es einer langen Liste an High-End-Technologien: Spezielle Farbfilter, die klarere Farben und ein tieferes Schwarz produzieren, die Cinema Works Pro Signalverarbeitung sowie die 14-bit dynamische Gammakorrektur sind nur einige der wegbereitenden Technologien, die erstmals im PT-AE1000E Verwendung finden. Mit Hilfe des professionellen Waveform-Monitors kann das Gerät optimal auf jedes Signal eingestellt werden. Die Cinema Color Management Funktion ermöglicht die Darstellung von ca. 1,07 Milliarden Farben. So lassen sich einzelne Farbtöne exakt und individuell abstimmen. Ein ähnliches System nutzen auch die Farbkorrekturspezialisten in Hollywood. Weitere Filmeinstellungen, die von Studios bei der Produktion und Post-Produktion verwendet werden, stehen beim PT-AE1000E bereits zur Auswahl. „Der PT-AE1000E verwendet Technologien in einem Heimkino-Projektor, die bisher nur innerhalb von professionellem Equipment zum Einsatz kamen“, erklärt Hartmut Kulesa, Product Manager Europe für Heimkino-Projektoren.

Preisgekrönter Full HD-Projektor

Schönes Produktdesign gepaart mit großer Leistung: Der erste Full High Definition Heimkino-Projektor von Panasonic spricht jeden Sinn für Ästhetik an und bietet gleichzeitig hochauflösende Projektion. So beurteilt es zumindest die Jury des International Forum Design Awards und zeichnete den Projektor mit dem IF Design Award 2007 in der Kategorie „Produkt Design“ aus.

„Der PT-AE1000E passt durch Form und Farbe perfekt in jedes Umfeld“, begründet das International Design Forum seine Entscheidung.

Das Modell ist der erste Heimkino-Projektor von Panasonic mit einer maximalen Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln (Full HD), die das Kinoerlebnis zu Hause in eine neue Dimension bringt. Egal ob Blockbuster, Sportereignis oder Videospiele: Mit einem beeindruckenden Kontrastverhältnis von 11.000:1 und einer Helligkeit von 1.100 ANSI-Lumen steht der PT AE1000E für ein besonderes Fernseherlebnis. Um diese hohe Bild-



Der PT-AE 1000E erhielt den IF Design Award 2007 in der Kategorie „Produkt Design“. Das Modell ist Panasonics erster Heimkino-Projektor mit einer maximalen Auflösung von 1.920 x 1.080 (Full HD).

„Und professionelle Technik bietet dem Konsumenten ein Maximum an Begeisterung und Unterhaltung bei der Nutzung seines Heimkinos – vergleichbar nur noch mit einem Kinobesuch.“

Das International Design Forum lobt das Design des Produktes, weil es dessen Funktionalität optimal unterstützt. „Der Lens Shift-Mechanismus und das Power Zoom-Objektiv stehen für einfache Feineinstellungen. Das Design und die einfach erreichbaren Instandhaltungsfunktionen unterstützen das Anbringen an der Decke.“

Aufbau und Installation des PT-AE1000E sind dank des 2fachen Zoom-Objektivs und der Lens-Shift-Funktion – bislang einmalig in dieser Geräteklasse – besonders einfach. Dank dieser beiden Features kann das neueste Modell eine Bild diagonale von 254 Zentimetern bei einem Abstand von nur 1,24 Metern projizieren. Die verbesserte Lens Shift-Funktion, mit der das projizierte Bild komfortabel 100 Prozent vertikal und 40 Prozent horizontal ausgerich-

tet werden kann, erlaubt neben dem klassischen Aufbau im Regal auch eine Deckenmontage. Mit seinem schlanken, in elegantem Schwarz gehaltenen Gehäuse passt der PT-AE1000E ausgezeichnet in jedes Heimkino. Und mit der programmierbaren und beleuchteten Universalfernbedienung kann der Nutzer das komplette Heimkino-System mit einem Gerät bedienen. Die unverbindliche Preisempfehlung für den PT-AE1000E Full High Definition Heimkino-Projektor von Panasonic beträgt 4.499 Euro.

Panasonic setzt auf Blu-ray

Panasonic bekennt sich in Sachen Blaue Laser-Technologie ganz klar zu Blu-ray. Neben den neuen Medien (siehe Kasten) hat das Unternehmen zu Beginn dieses Jahres den neuen Blu-ray-Player DMP-BD10 auf den Markt gebracht. Mit Ausstattungsmerkmalen wie dem P4HD-Prozessor, einem 7.1-Audioausgang für High-End Receiver und Hoch-



Mit dem DMP-BD10 hat Panasonic Anfang des Jahres seinen ersten Blu-ray-Player auf den Markt gebracht. Das Gerät ist jetzt in verbesserter Version mit weiteren technischen Features ausgestattet.

Panasonic kündigt einmal beschreibbare Blu-ray Disc mit 4x Geschwindigkeit an

Seit Panasonic 2004 die weltweit erste Dual Layer 1x BD-RE Disc einführte, hat das Unternehmen die Entwicklung der Blu-ray Disc-Technologie federführend vorangetrieben. Nachdem Panasonic mit seiner hochentwickelten Dual Layer-Technologie bereits Vorreiter für 50 GB Blu-ray Discs mit 2x Geschwindigkeit war, kündigt das Unternehmen nun weltweit die erste Disc mit 4x Geschwindigkeit an.

Mit den neuen Blu-ray Discs gibt Panasonic die Antwort auf die steigende Nachfrage, auch große Datenvolumina mit High Speed schreiben und lesen zu können. Die neuen 4x Discs weisen eine maximale Datentransfergeschwindigkeit von 144 Mbps auf. Ein Datenvolumen von 1 GB kopieren sie in einer Minute. Zum Vergleich: Eine 2x DVD-RW benötigt hierfür sechs Minuten. Die hohe Geschwindigkeit wird durch den Einsatz einer neuen Phasenwechsel-Speichertechnologie erreicht, in die Panasonic seine 35jährige Erfahrung bei der Entwicklung optischer Speichermedien hat einfließen lassen. Das Resultat ist eine präzise, stabile Datenaufzeichnung selbst beim Schreiben mit 4x High Speed.

Panasonic ist ein Einsatz dieser Technologie nicht nur bei Single Layer Discs, sondern auch bei Discs mit Dual Layer-Struktur gelungen. Anwender können so ein gewaltiges Datenvolumen von 50 GB auf einer einzigen Disc speichern und müssen diese dabei noch nicht einmal umdrehen (2 Layer auf einer Seite). Die neu entwickelte Aufnahmeschicht bietet daneben bei jeder Schreibgeschwindigkeit von 1x bis 4x eine hohe Leistungsreserve. Dies ermöglicht Aufzeichnungen höchster Qualität – selbst wenn die Laserstärke Schwankungen unterliegt – und führt insgesamt zu einer höheren Laufwerkskompatibilität. Für höchste Funktionssicherheit und Aufzeichnungsqualität kommt eine neu entwickelte Technologie zur Schichtformung zum Einsatz, bei der die Staubbildung während des Sputtering-Prozesses deutlich verringert wird. Im Vergleich zur konventionellen Disc beträgt die Fehlerrate so nur noch ein Zehntel.




leistungs-D/A-Wandlern – 297 MHz/14 Bit für Video und 192 KHz/24 Bit für Audio – sorgt er für kompromisslos scharfe Bilder und exquisiten Klang. In seiner jetzt erhältlichen verbesserten Version unterstützt der Panasonic DMP-

BD10 Player auch die neusten 7.1-Kanal-Soundformate Dolby TrueHD und DTSTM HD High-Resolution Audio und verfügt über die neue Viera Link-Funktion. Der empfohlene Verkaufspreis für Panasonics Blu-ray Player lautet 1.499 Euro.

Seit Jahren zählen Panasonic Camcorder zu den Lieblingen der deutschen Videofilmer. Mit einer Neuheitenkollektion, die unterschiedlichsten Konsumentenpräferenzen gerecht wird, bleibt die Weltmarke weiterhin im Fokus der Hobby-Filmemacher. Für Videos in Standardauflösung (PAL) können Konsumenten seit diesem Frühjahr 2007 zwischen Modellen wählen, die auf Festplatte oder SD Speicherkarte, ausschließlich auf SD Speicherkarte, auf DVD oder auf MiniDV aufnehmen. Die Auswahl an Speichermedien ist bei Panasonic damit in diesem Jahr so breit wie nie zuvor.

Erfolgreiches Foto- und Video-Segment

Im Kameramarkt konnte Panasonic in den vergangenen Jahren enorme Erfolge verzeichnen. Bis zum Jahr 2009 will das Unternehmen bei Digitalkameras einen Weltmarktanteil von 15 Prozent erzielen.

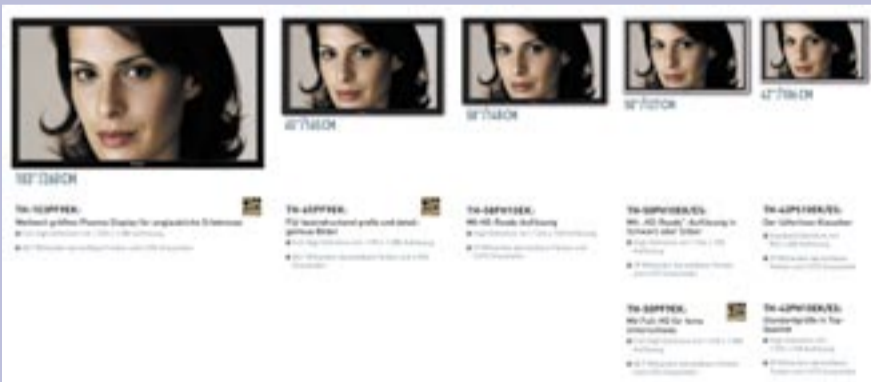
Die Erfolgsgeschichte der Lumix scheint sich fortzusetzen. Erst kürzlich hat das Unternehmen mit den Modellen FX55, FX33 und FZ18 Lumix-Innovationen vorgestellt, die natürlich auch auf der IFA zu sehen sein werden (PoS-MAIL berichtete ausführlich in der Ausgabe August 2007).

Hinzu kommen die ersten beiden Modelle für High Definition-Aufnahmen: der SD Camcorder HDC SD1 und der DVD Camcorder HDC-DX1. Absolutes Highlight in Panasonics Camcorder-Segment sind derzeit die brandaktuellen Full HD-Camcorder HDC-SD5 und HDC-SX5. (Siehe Seite 8) *miz*



Panasonic präsentiert die zehnte Generation professioneller Plasma-Displays

Panasonic, weltweit größter Hersteller professioneller Plasma-Displays, präsentiert jetzt die zehnte Generation seiner erfolgreichen Display-Reihe – und erweitert gleichzeitig die Auswahl um ein Display mit 58"-Diagonale. Für ein bisher nicht gekanntes Seherlebnis verfügt die 10er-Serie über fortschrittliche Bildtechnologien: Ein Bestandteil ist der neue „Advanced 3D Progressive Scan“, der das Flimmern bei Standbildern und unsaubere diagonale Kanten in bewegten Bildern verhindert. Das Ergebnis sind glatte, natürliche Ränder, eine sichtbar reduzierte Bewegungsunschärfe bei schnell bewegten Actionbildern und eine verfeinerte Auflösung. Damit Dunkles wirklich dunkel bleibt, hat Panasonic die New Real Black Creation-Technologie entwickelt – und verfügt damit über das derzeit unübertroffene Kontrastverhältnis von max. 10.000:1 in dunklen Umgebungen. Das in herkömmlichen Plasma-Displays sichtbare Aufleuchten durch Vorentladung wurde um 30 Prozent unterdrückt und so die Gradarstellung schwarzer Flächen vermieden – für Bilder mit sattem, tiefem Schwarz. Die gesamte Produktlinie der Panasonic Plasma-Displays zeichnet sich durch ein schlankes, elegantes Design aus. Sie sind ohne Aufwand horizontal oder vertikal (mit Ausnahme des TH-50PF9EK), freistehend oder als Wandinstallation zu montieren. Durch einen integrierten Splitter können beeindruckende Bildwände mit bis zu 16 Displays ohne zusätzliche Technik realisiert werden. Aufgrund des niedrigen Energieverbrauchs und eines bleifreien Herstellungsprozesses erfüllen Plasma-Displays die neuen RoHS-Richtlinien und schonen die Umwelt von Beginn an.



Die lange Lebensdauer von 60.000 Stunden und die herausragend scharfe und detailreiche Bildqualität mit einer natürlichen Wiedergabe von CI-gerechten Farben machen Panasonic Plasma-Displays zur ersten Wahl bei professionellen Anwendungen.

Panasonic TV-Stars auf der IFA

Große Full HD-Auswahl

Die bestehende Modellpalette der Viera PlasmaTV-Linie PZ700 ergänzt Panasonic nun um die beiden Bildschirmgrößen 58 und 65 Zoll. Ebenfalls neu in der TV-Riege sind die Modelle der Viera PZ70-Serie. Außerdem präsentiert das Unternehmen einen neuen Viera Full HD LCD-Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von 37 Zoll.

Die PZ700-Serie von Panasonic ist das Aushängeschild der hochwertigen Viera Full HD Plasma-Bildschirme, wenn es um die perfekte Verbindung modernster Technologien mit eindrucksvollem Design geht. Plasma-Interessenten können innerhalb der Serie jetzt unter insgesamt vier verschiedenen Bildschirmgrößen wählen, denn nach den erfolgreichen Bildschirmgrößen von 42 und 50 Zoll kommen jetzt das 58- und das 65-Zoll-Modell der Serie auf den Markt. Außergewöhnlichstes Modell der Serie ist der neue TH-58PZ700, das 58-Zoll-Gerät. Auf dem gesamten Plasma-Markt fehlte bisher ein TV-Modell mit rund 60 Zoll Bildschirmdiagonale – diese Lücke schließt nun der 58-Zöller. Auch innerhalb der PZ700-Serie existiert nun eine „Zwischengröße“ zwischen dem 50- und dem 65-Zoll-Modell für noch mehr individuelle Auswahlmöglichkeiten. Das größte Modell dieser Serie, das 65-Zoll-Gerät, besticht durch das Full HD-Erlebnis auf 165 Zentimetern Bildschirmdiagonale alle Zuschauer, die auch zu Hause nicht auf großes Kino verzichten wollen. Mit der neuen V-Real Pro 2-Technologie bieten alle PZ700-Modelle ein Bild in hervorragender Detailschärfe und ausgezeichneter Brillanz. Unterstützt durch 68,7 Milliarden darstellbare Farben, 4.096 Graustufen und einem Kontrastverhältnis von 10.000:1 beim 58- und beim 65-Zoll-Modell, garantiert V-Real Pro 2 lebendige Farben und flüssige Bildfolgen. Bei höchster Auflösung sorgt zudem das bewährte Real Black Drive-System für intensive Schwarztöne und der neue Digital Optimizer für fließende, scharfe Bilder. Dank integriertem DVB-T-Tuner ist problemlos der Empfang von digitalen Fernseh- und Hörfunkprogrammen möglich. Um in dem reichhaltigen Programmangebot den Überblick zu behalten, können via Multi-Window-Funktion mehrere TV-Bilder zur selben Zeit einge-

blendet werden. Für den schnellen und unkomplizierten Anschluss eines Panasonic HD-Camcorders oder ähnlichem spendiert Panasonic den beiden Geräten jeweils einen HDMI-Eingang an der TV-Vorderseite. Gleichzeitig verfügt die PZ700-Serie über einen eigenen SD-Karteneingang sowie einen PC-Anschluss. Wie die zwei kleineren Modelle verfügen auch die beiden neuen Bildschirmgrößen der PZ700-Serie sowohl über die V-Audio Surround Sound- als auch die SRS TruSurround XT-Technologie. Beim V-Audio Surround Sound ermöglichen passive Radiatortiefen-Lautsprecher einen kräftigen, ausdrucksstarken Bass. Gleichzeitig optimiert die Technik die Wiedergabe in niedrigen bis mittleren Frequenzbereichen. SRS TruSurround XT sorgt dagegen bei der Wiedergabe von Mehrkanal-Audio über ein Zwei-Lautsprecher-System für ein Hörerlebnis in Surround Sound-Qualität. Für einen möglichst großen gestalterischen Freiraum bei der Platzierung der Geräte bietet Panasonic für das 58-Zoll-Modell optional einen Sockel, ein Rack und eine statische sowie eine im Winkel verstellbare Wandhalterung an. Auch für den 65-Zöller ist eine Wandhalterung erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis für den TH-58PZ700 mit 58 Zoll Bild-diagonale lautet ca. 5.799 Euro. Der große 65-Zöller TH-65PZ700 soll 9.999 Euro kosten.

Viera PZ-70-Serie für Preisbewusste

Mit den PZ70-Modellen knüpft Panasonic an die Erfolge der bewährten PZ700-Serie an – und das zu einem Preis ab 2.000 Euro. Das 42-Zoll-Modell TH-42PZ70 mit einer Bildschirmdiagonale von 106 Zentimetern hat einen 1080p G10 Full HD-Panel mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten und einem Kontrast von 10.000:1. Noch eine Nummer



Panasonics 65 Zoll Viera Full HD Plasma-Modell, der TH-65PZ700

größer ist die 50-Zoll-Variante mit einer Bildschirmdiagonale von 127 Zentimetern. Die Full HD-Panels der PZ70-Serie sorgen mit der neuen V-Real Pro 2-Technologie für eine Visualisierung in hervorragender Detailschärfe und ausgezeichneter Brillanz. Unterstützt durch 68,7 Milliarden darstellbare Farben und 4.096 Graustufen garantiert dies lebendige Farben und flüssige Bildfolgen. Das Real Black Drive-System ermöglicht bei höchster Auflösung zudem intensive Schwarztöne, während der neue Digital Optimizer fließende und scharfe Bilder sicherstellt. Zahlreiche Zusatzfunktionen und -ausstattungen der PZ70-Serie untermauern den Anspruch von Panasonic, technisch hochwertige Geräte anbieten zu können: Auch die Modelle der PZ70-Serie sind mit integriertem DVB-T-Tuner ausgestattet. Der SD-Kartenleser unterstützt das Format HD-JPEG. Dass eine umfangreiche technische Ausstattung und ein ansprechendes Äußeres nicht automatisch mit einem hohen Preis gleichzusetzen sind, beweist Panasonic mit dem Einstiegspreis von 1.999 Euro (UVP) für das 42-Zoll-Modell. 21 Zentimeter mehr Bildschirmdiagonale können in der 50-Zoll-Variante für 2.699 Euro (UVP) angeboten werden. Der Panasonic Plasma-Fernseher Viera TH-42PZ70 ist ab sofort und der TH-50PZ70 voraussichtlich ab September im Fachhandel erhältlich.

Viera 37" Full HD-LCD-TV

Bei den Viera LCD-Flachbildschirmen konzentrierte sich Panasonic

bislang auf größtmöglichen Fernsehgenuss auf kleineren Bildschirmgrößen. Die bestehende Palette ergänzt der Hersteller nun um einen Flüssigkristall-Bildschirm mit einer Diagonale von 37 Zoll. Das Full HD IPS Alpha-Panel des neuen TX-37LZD70 ermöglicht Full HD-Genuss mit 1.920 x 1.080 Pixeln. Die von Panasonic entwickelte Bildverarbeitungstechnologie V-Real Pro 2 garantiert auch hier satte darstell-

bare Farben, eine hohe Auflösung, tiefere Schwarztöne und verzerrungsfreie Bewegtbilder. Dank integriertem DVB-T-Tuner ist problemlos der Empfang von digitalen Fernseh- und Hörfunkprogrammen möglich. Um in dem reichhaltigen Programmangebot den Überblick zu behalten, können via Multi-Window-Funktion mehrere TV-Bilder zur selben Zeit eingeblendet werden. Für den schnellen und unkomplizierten Anschluss eines Panasonic HD-Camcorders oder ähnlichem spendiert Panasonic den beiden Geräten jeweils einen HDMI-Eingang an der TV-Vorderseite. Gleichzeitig verfügt der 37LZD70 über einen eigenen SD-Karteneingang sowie einen PC-Anschluss. Der SD-Kartenleser unterstützt die Formate AVCHD, MPEG2 und HD-JPEG. Wie die neuen Viera Plasma-TVs sind auch die LCD-Modelle über das Feature Viera Link leicht zu bedienen. Der neue Panasonic LCD-Fernseher Viera TX-37LZD70 ist ab Mitte September 2007 lieferbar. Die UVP lautet 1.599 Euro.

Neuer Projektor für Kinofans und Gamer

Panasonic hat den beliebten LCD-Heimkinoprojektor PT-AX100 überarbeitet und das Nachfolgemodell, den PT-AX200, mit noch mehr professionellen Features versehen. Der PT-AX200 ist mit einem Game-Mode ausgestattet, der die optimale Darstellung von Spielwelten ermöglicht. Die Reaktionszeit von etwa 0,3 Millisekunden und eine bessere Farb- sowie Graustufenabstufung speziell in dunklen Bereichen sorgen für eine optimale Projektion aller Game-Sequenzen. In diesem Zusammenhang wurde auch die Vernetzungsfähigkeit der AX-Serie verbessert: Der PT-AX200 verfügt über zwei HDMI-Eingänge. Der neue LCD-Projektor ist außerdem mit einer Vielzahl weiterer Funktionen ausgestattet, die individuelle Einstellungen ermöglichen. Ein Beispiel: das Cinema Color Management. Dieses Feature ermöglicht über die 12-bit dynamische Gammakorrektur die realistische Farbeinstellung – ein ähnliches System nutzen Farbkorrekturspezialisten aus Hollywood bei der Kolorierung von Filmen. Einzelne Farben lassen sich exakt und individuell abstimmen. Der Projektor arbeitet mit einer Helligkeit von 2.000 ANSI-Lumen und einem Kontrastverhältnis von 6.000:1. Aufbau und Installation des PT-AX200 sind dank des zweifachen Zoom-Objektivs und der Lens-Shift-Funktion ganz unkompliziert. Mit diesen beiden Features kann das neueste Modell eine Bild-diagonale von 254 Zentimetern bei einem Abstand von nur 1,24 Metern projizieren. Die verbesserte Lens-Shift-Funktion garantiert höchste Einstellungsflexibilität ohne Bildqualitätsverlust. Panasonics neuester Projektor ist ab Ende September lieferbar.



Beam me up – Scotty

Panasonic stellt auf der IFA 2007 erstmals mobile Navigationssysteme für den europäischen Markt vor und setzt mit den Modellen Strada CN-GP50N und GP50TC neue Maßstäbe in diesem Produktbereich: Ein 12,7 cm großer Bildschirm im Breitbildformat sorgt für intuitive und anwenderfreundliche Bedienung. Trotz des großen Displays bleibt das Design kompakt und schlank. Integrierte Kartendaten mit Sprachwahl-Möglichkeit für 37 europäische Länder ermöglichen die Eingabe der Fahrt-Ziele durch einfaches Aussprechen. Zieleingaben können auch über eine auf dem Touchscreen einblendete Tastatur erfolgen. Die ausgesprochen üppige Ausstattung der Strada Navigationsgeräte bietet neben zahlreichen weiteren Features mehrsprachige Ansagen und Menüs, die Anzeige von Wahrzeichen und bekannten Bauwerken, Geschwindigkeitsinformation, TMC-ready Konfiguration (CN-GP50N) oder TMC Verkehrsinfo-Empfänger bereits im Lieferumfang (CN-GP50TC), integrierte Bluetooth-Freisprech-einrichtung, POI-Direktwahl und einen JPG-/BMP-Bildbetrachter.



Panasonic Strada CN-GP50N (GP50TC)

Panasonic  **Strada**
MOBILE NAVIGATION SYSTEM

Mobile Navigation mit Sprachsteuerung

„Strada“: Mehr als perfekte GPS-Navigation

Die in Japan und Nordamerika bereits mit großem Erfolg auf dem Markt eingeführten Geräte der Strada-Modellreihe bieten neben modernster GPS-Navigation zahlreiche weitere Funktionen für Kommunikation und Entertainment und zeichnen sich durch einfachste Bedienung aus. Als neue technologische Meilensteine für Navigation und Routenführung verbinden das Strada CN-GP50N und das Strada CN-GP50TC komfortabel und effektiv Mensch, Fahrzeug und Straße miteinander. Mit der Strada-Produktreihe markiert Panasonic gleichzeitig die Spitze des In-Car-Entertainments und verbindet ausgereifte Audio- und Videotechnologie mit perfekten Navigations-Funktionen. Laut Aussage von Panasonic steht der Begriff „Strada“ für bestmögliche Bild- und Tonqualität und einfachste Integration multimedialer Funktionen in Mobile Digital Networking von Panasonic. Beide Strada-Modelle überzeugen mit dem für ein mobiles Navigationssystem geradezu riesigen Bildschirm mit 12,7 cm (5 Zoll) Bilddiagonale im Breitbildformat. Sämtliche Informationen werden auf der Bildfläche groß und deutlich dargestellt. Deshalb genügt ein kurzer Blick auf den Bildschirm, um alle für die Fahrt-Route erforderlichen Informationen sicher zu erfassen. Die intuitiv bedienbare grafische Benutzeroberfläche des großzügigen Touch-Screens ermöglicht jederzeit umfassende Übersicht und einfachste Handhabung. Durch komfortable Spracheingabe der Fahrtziele erhöht sich die Fahrsicherheit erheblich. Denn der Fahrer kann die gewünschten Ziele eingeben oder verändern, ohne seine Hände vom Lenkrad zu nehmen oder den Blick von der Fahrbahn abwenden zu müssen.

Umfassender Leistungsumfang

Das Strada CN-GP50N (GP50TC) wird mit aktuellem Kartenmaterial für 37 europäische Länder ausgeliefert und ermöglicht in nahezu ganz Europa sichere Haus-zu-Haus-Navigation. Zukünftige aktualisierte Kartendaten lassen sich von SD-Karte oder per USB-Anschluss überspielen. Für die Ansagen kann zwischen 21 Sprachen ausgewählt werden. Menüs und Anzeigen stehen in 16 Sprachen zur Verfügung. Das System unterstützt 3D-Darstellung und zeigt bekannte Bauwerke und Wahrzeichen innerhalb der Kartendarstellung als Icon an. Wird das GPS-Signal durch Bebauung oder Berge vorübergehend gestört oder unterbrochen, berechnet der GPS-Assistent den aktuellen Standort mit Hilfe gespeicherter Fahrtdaten. Bei Überschreitung vorgeschriebener Höchstgeschwindigkeiten kann sich der Fahrer optisch und akustisch warnen lassen. Über bevorstehende Richtungsänderungen wird der Fahrer durch klare Ansagen und Anzeigen frühzeitig informiert. Die richtige Fahrtroute wird in leuchtendem Orange dargestellt. In Verbindung mit dem optional erhältlichen TMC-Verkehrsinfo-Empfänger zeigt das CN-GP50N Staus und Verkehrsbehinderungen an und berechnet auf Wunsch eine alternative Fahrtroute. Bei dem baugleichen CN-GP50TC gehört das TMC-Modul zum Lieferumfang. Das System warnt auf Wunsch bei Annäherung an stationäre Radarfallen. In Deutschland, Österreich und der Schweiz sind Blitzer-PQIs jedoch nicht serienmäßig auf dem Strada gespeichert. Durch sein integriertes Bluetooth-Modul wird das CN-GP50N in Verbindung mit einem Bluetooth-fähigen Handy zur vollwertigen, einfach einzurichtenden Frei-

sprecheinrichtung. Das Mobiltelefon kann während der Fahrt in der Jacke oder Tasche verbleiben. Das auf dem Mobiltelefon gespeicherte Telefonbuch kann auf dem Strada zur Auswahl genutzt werden. Höchsten Komfort bei Restaurant- oder Hotelreservierungen bietet die Direktwahl aus der POI-Datenbank. Auf einer SD-Karte gespeicherte Fotos im JPG- oder BMP-Format lassen sich auf dem Display betrachten oder als Diashow abspielen. Beide Strada Mobile Navigationssysteme von Panasonic sind ab Oktober 2007 zum UVP von 399,- Euro für das CN-GP50N und 449,- Euro für das CN-GP50TC lieferbar.

Panasonic DMR-EX80S: DVD/Festplatten-Recorder mit DVB-S

Der neue DVD/Festplatten-Recorder Panasonic DMR-EX80S verfügt als Besonderheit über einen integrierten DVB-S-Receiver für den parallelen Empfang von bis zu vier Satellitensignalen und einen CI-Slot (Common Interface) zum Betrieb von Pay-TV-Modulen für den Empfang von Abonnement-TV-Programmen. Auf seiner integrierten Festplatte mit 160 GB Speicherplatz lassen sich bis zu 284 Stunden Fernsehprogramm-Inhalte aufzeichnen oder 138 Stunden in DVD-Qualität. Die temperaturabhängige Steuerung der Lüfterdrehzahl und eine geräuschkämpfende Aufhängung der Festplatte lassen das Betriebsgeräusch

immer unter 30 dB bleiben. Das DVD-Laufwerk des DMR-EX80S ist ein Multiformat-Laufwerk und beschreibt die Formate DVD-RAM/-RW/-R(DL)/+RW/+R(DL). Für den Anschluss eines HD ready TV-Geräts oder eines Full HD-Fernsehers steht ein HDMI-Ausgang mit „HD Up-Conversion“ (1080i/720p) zur Verfügung. Für höchste Tonqualität sorgt ein 192 kHz/24 Bit-Audio-D/A-Wandler. Zum Abspielen von Videos und Bilddateien im MPEG2- und JPEG-Format verfügt das Gerät über einen SD-Speicherkartenslot. Vereinfachte Bedienung im Zusammenwirken mit einem Fernseh-

DMR-EH775 ist Videorecorder, Videothek, Fotoalbum und Musikserver zugleich. Für erhöhten Bedienkomfort kann der DMR-EH775 mittels „Viera Link“-Funktion mit einem aktuellen Viera Flachbildfernseher verbunden werden. Dann erfolgt die Steuerung aller Komponenten und Funktionen über eine Fernbedienung. Auf der 400 GB fassenden Festplatte lassen sich bis zu 710 Stunden Programm oder 345 Stunden in DVD-Qualität aufzeichnen. Favorisierte Inhalte können in den Formaten DVD-RAM, -RW, -R(DL), +RW, +R(DL) auch langfristig auf DVD-Rohlingen archiviert werden.



Panasonic DVD/Festplatten-Recorder DMR-EH775 mit 400-GB-Festplatte

gerät wird durch den Viera Link erzielt. Zum Lieferumfang gehört ein Premium EPG Service mit 14-Tage Programmvorschau. Der silberfarbene Panasonic DIGA DMR-EX80S ist ab Oktober 2007 zum UVP von 499,- Euro erhältlich.

Panasonic DVD/Festplatten-Recorder DMR-EH775

Mit dem neuen DIGA DMR-EH775 stellt Panasonic einen äußerst vielseitigen DVD-/Festplattenrecorder mit 400 GB Festplattenkapazität vor. Der

Durch temperaturabhängige Steuerung der Lüfterdrehzahl und geräuschkämpfende Aufhängung der Festplatte bleibt das Betriebsgeräusch unter 30 dB. Auf der Vorderseite des Geräts befindet sich leicht zugänglich ein USB-Steckplatz, an den USB-Geräte mit MP3-Audiotiteln oder JPEG-Foto-Dateien angeschlossen werden können, um die Inhalte auf die Festplatte oder auf DVD-Medien zu übertragen und dort zu speichern. Durch intelligente i/p-Konvertierung mit Aufwärtsskalierung können Videosignale am HDMI-Ausgang in maximaler HDTV-Auflösung (Full HD 1.080p) zur Ansteuerung eines HD ready TV-Geräts oder eines Full HD-Fernsehers bereitgestellt werden. Der in schwarzem Design gestaltete DIGA DMR-EH775 ist ab September 2007 zum UVP von 599,- Euro erhältlich. *evo*



Panasonic DMR-EX80S: DVD/Festplatten-Recorder mit DVB-S

Neue Full HD-Camcorder von Panasonic Klein, kompakt und komfortabel

Mit zwei neuen Camcordern will Panasonic das Aufnehmen hochauflösender Videos besonders einfach und komfortabel machen. Sowohl der neue HDC-SD5 als auch der HDC-SX5 bieten die Full HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und nutzen so die brillante Bildqualität entsprechend ausgerüsteter Fernsehgeräte voll aus.

Bei gleicher Ausstattung unterscheiden sich die beiden neuen Camcorder durch die verwendeten Speichermedien: Der SD5 zeichnet die Videos auf SDHC/SD Speicherkarten auf und ist laut Panasonic der kleinste und leichteste 3CCD Full HD-Camcorder auf dem Markt (Stand: 30. Juli 2007). Der etwas voluminösere SX5 legt die Videofilme wahlweise auf SDHC/SD Karten oder 8 cm DVD ab.

Die Zahl der verkauften Fernseher, die mindestens über das HD ready-Siegel verfügen, wächst bekanntlich rasant. Dabei entscheiden sich immer mehr Konsumenten für Bildschirme mit voller HD-Auflösung. Mit den neuen Panasonic-Camcordern können sie die faszinierende Bildqualität dieser modernen Fernseher auch bei selbst aufgenommenen Filmen genießen.

Komfort und Qualität

Mit insgesamt 2,07 Millionen Bildpunkten übertrumpfen Videoaufnahmen in Full HD herkömmliche Aufzeichnungen mit 1,55 Mil-

Aufnahme erfolgt mit dem von Panasonic entwickelten 3CCD-System, bei dem das einfallende Licht in die drei Primärfarben Rot, Grün und Blau zerlegt und separat mit drei Bildsensoren verarbeitet wird. Zur naturgetreuen Wiedergabe trägt bei den neuen Geräten das Leica Dicomar 10fach-Zoomobjektiv bei, das aus zwölf Linsenelementen in acht Gruppen zusammengesetzt ist. 14 mehrfach vergütete Linsen-Oberflächen reduzieren in Verbindung mit streuungsarmem Glas chromatische Aberrationen und sorgen für ein ungetrübtes, lebensechtes Bilderlebnis.

Verbesserter Bildstabilisator

Zum Ausgleich von Verwacklungen hat Panasonic gegenüber der Vorgänger-Generation das Bildstabilisierungssystem deutlich verbessert: Das „Advanced OIS“ analysiert mit Hilfe von Gyro-Sensoren Verwacklungen jetzt 4.000-mal pro Sekunde und kompensiert Bewegungen durch die Verschiebung eines Linsenelementes und

Zittern gnadenlos im Bild wiedergeben.

Auch der Chrystal Engine Bildprozessor wurde nochmals verbessert: Ein neuer Schaltkreis zur Rauschunterdrückung und eine neue intelligente Kontrastkontrolle sorgen für mehr Qualität und weniger Energieverbrauch.

Leichte Bedienung

Beide Geräte speichern die Videosignale im AVCHD-Standard ab. Der SX5 bietet bei Aufnahmen auf



Die beiden neuen Panasonic-Camcorder zeichnen Videoaufnahmen in voller HD-Qualität von 1.920 x 1.080 Pixeln auf. Der SD5 (unten) speichert die bewegten Bilder auf SD/SDHC-Karte ab, der SX5 wahlweise auch auf 8 cm DVD.

Filme auf DVD auch ohne PC. Der SX5 überträgt die Dateien per Knopfdruck auf die 8 cm DVD, beim SD5 ist für das Abspeichern ohne PC zusätzlich der neue DVD-Brenner VW-BN1 notwendig.

verbunden und der Camcorder an das Fernsehgerät angeschlossen.

Keine Szene verpassen

Auch bei den Aufnahmefunktionen des SD5 bzw. SX5 hat sich Panasonic etwas Neues einfallen lassen. Im Pre-Rec-Modus nimmt der Camcorder ständig drei Sekunden in einem internen Puffer-Speicher auf und fügt diese Sequenz automatisch den neuen Bildern hinzu, wenn der Aufnahmeknopf gedrückt wird.

Im Klartext: Wer auf dem Fußballplatz erst auslöst, wenn der Ball im Netz zappelt, hat trotzdem den Torschuss für die Nachwelt festgehalten, wenn er das Spiel mit dem Camcorder im Pre-Rec-Modus verfolgt hat.

Die beiden neuen Camcorder kommen im September auf den Markt. Die Preisempfehlung steht noch nicht fest.



Die USB Host Funktion des SD5 ermöglicht es, Videoaufnahmen per Knopfdruck über ein USB-Kabel auf den optional erhältlichen DVD-Brenner VW-BN1 zu übertragen.

die 8 cm DVD zusätzlich die Speicherung in Standard Definition (MPEG2).

Da beide Camcorder mit dem Panasonic Viera Link System kompatibel sind, ist das Abspielen der Videos auf Panasonic Viera TVs (ab Modelljahr 2007) besonders komfortabel. Wenn der SD5 oder SX5 mit einem HDMI-Kabel an den Fernseher angeschlossen ist, kann man das Camcorder-Bedienmenü auf dem TV-Bildschirm sehen und das Gerät mit der TV-Fernbedienung steuern. Bei der Panasonic Viera PZ700-Serie ist die Wiedergabe sogar noch einfacher: einfach die SD- oder SDHC-Karte aus dem Camcorder nehmen, in den entsprechenden Slot des Fernsehgerätes einführen, fertig. Bei beiden Camcordern gelingt das Abspeichern der auf SD/SDHC-Karte aufgenommenen

Wenn dieser per USB-Kabel mit dem Camcorder verbunden ist, reicht ebenfalls ein Knopfdruck, um die Aufnahmen zu übertragen.

Das Abspielen auf einem HD-TV ist ebenfalls einfach. Dazu wird der DVD-Brenner mit dem SD5

Da der Laufwerksmechanismus des SD5 keine beweglichen Bauteile aufweist, ist das Gerät nicht nur sehr unempfindlich gegen Schockwirkungen, sondern mit Abmessungen von 65 x 67 x 135 mm und einem Gewicht von 340 Gramm (ohne Batterie) extrem kompakt.



lionen Pixeln um rund 30 Prozent. Der dadurch ermöglichte Detailreichtum ist besonders gut bei der Wiedergabe auf Full HD-Fernsehern sichtbar, wirkt sich aber auch beim Abspielen auf HD ready-Geräten oder TVs mit Standard-Auflösung positiv aus. Die

die Anpassung der optischen Achse. Bei den bisherigen Geräten wurde dieser Vorgang nur rund 500mal pro Sekunde durchgeführt. Diese Verbesserung ist in vollem HD-Format deshalb wichtig, weil entsprechend ausgerüstete Fernseher auch leichtes



Die intelligente Kontrastkontrolle ermöglicht besonders ausgewogene Bildergebnisse.

Heiß begehrt.



Zieht Kunden in **drei Farben** und mit unwiderstehlichem Design an: die neue **EXILIM EX-S880**.

- > 8,1 Megapixel
- > Helles 7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- > 3fach optischer Zoom
- > YouTube™ Capture Mode
- > Anti Shake DSP*
- > Gesichtserkennungs-Funktion
- > Highspeed-Serienbildaufnahme
- > High Quality Movie** (auch im Format 16:9)
- > Elektronische Filmstabilisierung
- > Daten Speicher-Funktion

YouTube™
CAPTURE MODE



* Elektronischer Bildstabilisator. ** H.264-Format, maximale Aufnahmedauer: 10 Minuten pro Movie.

Die EXILIM EX-S880 ist erhältlich in Sparkle Silver, Charcoal Black und Lounge Red.

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt; Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91/683 20 91, web: www.hotline-int.ch

EXILIM
www.exilim.de

Pos Aktuell

BHS Binkert ist Distributor für Becker

BHS Binkert, Distributor für Foto, Digital Imaging, Unterhaltungselektronik und IT, vertreibt ab sofort die Navigationslösungen von Becker. Die Vereinbarung gilt für Deutschland und die Schweiz. Ebenfalls neu im Sortiment ist der Bereich Car Infotainment des Herstellers. BHS Binkert hat das gesamte Spektrum der Becker-Navigationslösungen ins Programm aufgenommen. Das beginnt bei den mobilen Einsteigermodellen der Reihe Traffic Assist Highspeed mit zahlreichen Funktionen für Routenführung, Routenkalkulation, Routenprofil usw. Die stationären Navigationsgeräte der Serien Cascade und Indianapolis gehören ebenfalls zum Vertriebsumfang. Freisprecheinrichtung, der Anschluss bluetoothfähiger Mobiltelefone, Surround-Sound, iPod-Kompatibilität und die Navigation für 34 europäische Länder finden sich in verschiedenem Umfang bei diesen Modellen. Zusätzlich zu den Navigationssystemen führt BHS Binkert ab sofort auch die Bereiche Car Hifi und Car Infotainment von Becker im Programm. Ein Stück Technikgeschichte verkörpert die „Mexico“-Reihe, aus der 1953 das erste Autoradio mit vollautomatischem Sendersuchlauf auf den Markt kam. Immer wieder um neueste Technologien erweitert, liegt die aktuelle Version Mexico 7948 mit integriertem Navigationssystem, Bluetooth-Anbindung, Dual-Band GSM-Modul, WAP-Internetnutzung sowie MP3-Funktionalität vor. Geblieben ist das charakteristische Retro-Design mit den beiden großen Drehknöpfen.

Georg Kofler verlässt Ende August Premiere

Dr. Georg Kofler, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG, wird das Unternehmen zum 31. August auf eigenen Wunsch verlassen. Kofler habe den Aufsichtsrat um die vorzeitige Auflösung seines Dienstvertrags gebeten, hieß es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Seine Entscheidung beruhe, so Kofler, ausschließlich auf Überlegungen zu seiner

persönlichen Lebensplanung: „Seit 25 Jahren beschäftige ich mich mit dem Medium Fernsehen in all seinen Ausprägungen. Seit 19 Jahren bin ich ohne Unterbrechung als Geschäftsführer, Vorstandsvorsitzender und Gesellschafter privater Fernsehunternehmen tätig. Jetzt ist die Zeit für einen Themenwechsel gekommen: Ich beabsichtige, als führender Gesellschafter eine Unternehmensgruppe aufzubauen, die sich in ausgewählten Wachstumsmärkten positioniert, allerdings nicht in der Medienbranche. Das Mediengeschäft kenne ich nun in allen Verästelungen. Ich freue mich darauf, meine Aufmerksamkeit und Energie neuen Themen zuzuwenden.“

Der Aufsichtsrat bestellte nach der Entscheidung Michael Börnicke zum neuen Vorstandsvorsitzenden der Premiere AG. Börnicke war bisher Finanzvorstand und stellvertretender Vorstandsvorsitzender von Premiere. Als neuer Finanzvorstand wurde Alexander Teschner, bisher stellvertretender Finanzvorstand, berufen. Kofler: „Ich freue mich über diese harmonische Nachfolgeregelung. Michael Börnicke war in den vergangenen fünf Jahren mein engster Partner und Weggefährte bei Premiere. Bei ihm und seinen Vorstandskollegen ist die Zukunft von Premiere in besten Händen.“

IFA: Lunch Buffet für kooperierte Fachhändler

Auf der IFA sind die Mitglieder der mit der Messe kooperierenden Verbundgruppen und Einkaufskooperationen – Electronic Partner, expert, Euronics International und telering – zu einem kostenlosen Mittagssbuffet eingeladen. Es wird täglich im zentral gelegenen Messerestaurant „Brandenburg“ in Halle 24 zwischen 11.00 und 15.00 Uhr serviert. Zutritt zum Restaurant erhalten die Mitglieder der Kooperationen mit ihrem Fachbesucher-Ausweis. Voraussetzung dafür ist die Angabe der Verbundgruppe bei der Registrierung. Fachbesucher, die sich nicht vorab im Online-Ticketshop der IFA registriert haben, können ihre Eintrittskarten in einer „Fast Lane“ mit separatem Eingangsbereich besonders schnell erhalten. Dort

gibt es auch das Fachbesucher-Package mit Informationsmaterial und kostenlosem Katalog. Der Fachbesucher-Empfang mit einer Gesamtfläche von 800 Quadratmetern ist täglich bereits ab 8.00 Uhr geöffnet und befindet sich in Halle 1.1. Dort stehen auch Büros, Besprechungsräume sowie Arbeitsplätze mit Internetzugang zur Verfügung.

Neuer Trade Marketing Manager bei Pentax

Nils Lorbeer arbeitet jetzt bei Pentax als Trade Marketing Manager im Bereich Imaging Systems. Er soll im Team um Sönke Visser (Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland & Österreich) die Zusammenarbeit zwischen Pentax und den Handelspartnern intensivieren. Vor seinem Einstieg bei Pentax war Nils Lorbeer bei der Casio Europe GmbH als Groupleader Trade Marketing im Bereich Watch beschäftigt und hat dort Erfahrungen bei der Unterstützung von Handelspartnern gesammelt. Unter anderem führte er die Marketingaktivitäten von Casio Watch am PoS und verantwortete anspruchsvolle Projekte wie Shop-in-Shop-Lösungen in Kauf- und Warenhäusern. Zuvor hatte Lorbeer als Kundenberater bei einer Hamburger Full-Service Agentur verschiedene Instrumente des Handelsmarketings entwickelt und realisiert. Pentax hat jüngst das deutsche Vertriebsteam um zwei Positionen ausgebaut und betreut seine Handelspartner zur Zeit mit sechs Gebietsleitern, drei Key Account Managern und einer vierköpfigen Vertriebsadministration.

Sennheiser Vertrieb und QSC beenden Vertriebskooperation

Sennheiser Vertrieb und Service, die deutsche Vertriebs-Tochter des Audiospezialisten Sennheiser, ist im Jahre 2004 mit dem bekannten amerikanischen Verstärker- und Lautsprecherhersteller QSC eine Vertriebskooperation in Deutschland eingegangen. Die Zusammenarbeit endet zum 31. August. „Wir sehen auf eine sehr positive Kooperation zweier Top-Marken zurück, die hohe Synergieeffekte in den verschiedenen Vertriebswegen entwickelt hat“, so Hans-Joachim Weymer, Geschäftsführer Sennheiser Vertrieb und Service. „Unser bewährtes Sennheiser Produktportfolio von Mikrofonen und Drahtlos-Technologien hat durch die Einbeziehung von QSC-Verstärkern und Lautsprechern eine noch breitere Basis im Handel, bei professionellen Verleihern sowie im Installations- und Projektgeschäft geschaffen“, so Weymer weiter. „Aus strategischen Gründen haben wir uns jedoch dazu entschlossen, uns mit unserem deutschen Vertriebsteam künf-

tig stärker auf die konzerneigenen Marken der Sennheiser-Gruppe (Sennheiser, Sennheiser Communications, Klein+Hummel und Neumann) zu konzentrieren.“

HapaTeam baut Vertrieb und Marketing aus

Die HapaTeam Handelsgesellschaft Eching hat ihren Außendienst erweitert. Seit Anfang August ist Jochen Ritter als Vertriebsrepräsentant West (NRW) für das Unternehmen tätig. Er kennt die Branche durch seine langjährige Tätigkeit als Key Accounter und Sales Manager im Zubehörbereich (Foto- und Laptop-Taschen, IT-Zubehör) sehr genau. Der Vertrieb von HapaTeam wird durch die Marketingmannschaft um Marketing Director René Schubert, die für die Handelspartner vielseitige Kommunikationsaktivitäten wie PoS-Material, Incentives, Anzeigen und Web-Specials entwickelt, unterstützt. Für die Ausbildung des Verkaufspersonals entsteht zur Zeit in Eching ein neues HapaTeam-Schulungszentrum. Mit dem Ausbau der Vertriebsmannschaft sowie der Abteilungen Marketing und Support will HapaTeam Geschäftsführer Micail Hadji dem stetigen Wachstum des Unternehmens in Deutschland und Europa Rechnung tragen.

Neuer Commercial Director bei LG

Luc Graré (44), seit Januar 2004 Director ISP (Information System Products), hat am 1. August die neu geschaffene Position des Commercial Directors bei der LG Electronics Deutschland GmbH übernommen. In dieser Position wird der gebürtige Belgier zukünftig übergreifend die Vertriebs- und Marketingbereiche ISP, Unterhaltungselektronik und Hausgeräte strategisch verantworten. „Mit der organisatorischen Bündelung unserer Produkt- und Vertriebsbereiche möchten wir strategische Synergien sicherstellen, die sich nachhaltig positiv in unseren Marktaktivitäten und unserem Wachstum in Deutschland reflektieren“, so William „Uk“ Jung, Geschäftsführer der LG Electronics Deutschland GmbH. Die bislang bewährten Verantwortlichkeiten und Direktionspositionen in den Bereichen Vertrieb und Marketing bleiben weiterhin bestehen, hieß es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.

Canon Europa sponsert Fußball-EM 2008

Canon Europa ist offizieller Sponsor der UEFA Fußball-Europameisterschaft, die im Juni 2008 in Österreich und der Schweiz ausgetragen wird. Mit dieser Vereinbarung setzt Canon sein bereits fast 30 Jahre andauerndes Engagement für den Fußballsport fort. Canon war bereits über mehrere Spielzeiten hinweg offizieller Lieferant der UEFA Champions League (1995-2000 und 2004-2006) und hat die Europameisterschaften 1980-1996 und im Jahr 2004 als Sponsor unterstützt. Von 1978 bis 1998 gehörte das japanische Unternehmen auch zu den Sponsoren der Fußball-Weltmeisterschaft. Canon verspricht sich von den Sponsoren-Einblendungen, die während der Spiele auf den Fernsehbildschirmen erscheinen, eine bedeutende Medienpräsenz. Zudem wird das Unternehmen während der Europameisterschaft seine neuesten Technologien für Business-Lösungen in verschiedenen Medienzentren vorstellen. Profi-Fotografen, die das Turnier besuchen, können innerhalb der Stadien einen Wartungsservice für Kameras und Objektive in Anspruch nehmen sowie auf Leih-

Geführte Rundgänge für Fachbesucher auf der Funkausstellung

Für Fachbesucher der IFA werden auch in diesem Jahr wieder kostenlose thematische Kurzurundgänge angeboten. Sie führen zu markanten Punkten verschiedener Themenbereiche und bieten Gelegenheit, mit Spezialisten der Aussteller die neuesten Trends zu diskutieren. Dadurch können sich Fachbesucher in etwa einer Stunde einen ersten Überblick über wichtige Segmente verschaffen. Die Führungen starten vom 31. August bis 4. September jeweils zeitgleich täglich um 11.00 und 13.30 Uhr am Internationalen Fachbesucher-Empfang in Halle 1.1. Am 5. September finden die Rundgänge vormittags um 10.00 Uhr statt. Die Erläuterungen erfolgen je nach Zusammensetzung der Gruppe in deutscher oder englischer Sprache. Eine Voranmeldung ist nicht erforderlich. In diesem Jahr werden Rundgänge zu den Themen Audio-Entertainment, Home-Entertainment, Technology & Components sowie Connectivity angeboten. Schwerpunkte bilden dabei unter anderem das Web 2.0, digitale Fotografie und Musik im neuen My Media-Bereich, Home Cinema, Telekommunikation und Navigation. Auch die internationalen Hallen und das Technisch-Wissenschaftliche Forum der IFA werden berücksichtigt. Die Besucher des Internationalen Fachbesucher-Empfangs werden mit regelmäßigen Durchsagen über Themen, Ablauf und Startpunkt der Rundgänge informiert. Einzelheiten zu den Routen der Führungen werden unter www.ifa-berlin.de veröffentlicht.

Depots von Canon zurückgreifen. Während der Europameisterschaft wird Canon auch innerhalb der offiziellen Fan-Zonen, die an zentralen öffentlichen Plätzen der acht Austragungsstädte eingerichtet werden, sowie bei der „UEFA Euro Experience“ Roadshow präsent sein.

Photo+Medienforum Kiel blickt auf das 50jährige Bestehen zurück

Zu ihrem 50jährigen Bestehen haben das Photo+Medienforum Kiel und die Landesberufsschule Photo+Medien Kiel eine Reihe von Veranstaltungen geplant. Am 1. und 2. November finden die Jahreshauptversammlungen des Photo+Medienforums und der Landesberufsschule im Zeichen des Jubiläums statt, ebenso die Kuratoriumssitzung. Am 4. und 5. Mai 2008 ist die nächste Veranstaltung in Kiel geplant. Auf der photokina 2008 soll dann in Köln mit der Branche gemeinsam gefeiert werden; dabei wollen die Verantwortlichen auch die ersten Auszubildenden des neuen Berufsbildes „Medienberater für visuelle Kommunikation“ begrüßen. Der Grundstein, der in Branchenkreisen immer noch als „Kieler Photoschule“ bekannten Institution wurde 1957 gelegt. Ab Mitte der 90er Jahre stellte sich die ehemalige Fachschule des deutschen Fotohandels als Aus- und Weiterbildungsinstitut neu auf und wandelte sich zum Photo+Medienforum Kiel, das die Bildkompetenz des Fotohandels im Digitalzeitalter weiter unterstützen will. Zudem versteht sich die bewährte Brancheninstitution als Plattform für Kommunikation, Innovation und Erfahrungsaustausch, als Kontaktbörse und Ideenschmiede für den Ausbau eines nationalen und letztlich internationalen Netzwerkes sowie als Vermittler zwischen den Branchen und den Menschen.

Canon tourt nach der IFA durch Deutschland

Im Anschluss an die Internationale Funkausstellung wird Canon die aktuellen Messeneuheiten auf einer Roadshow präsentieren. Ab dem 10. September tourt das Unternehmen durch Deutschland und macht dabei in Frankfurt, Düsseldorf, Stuttgart und München Station. Interessierte Handelspartner können sich unter www.canon.de/durchblick2007 anmelden. Außer in Frankfurt bietet Canon bei allen Terminen Workshops zu den Themen „Neue Technologien Digitalfoto“ und „Neue Technologien Digitalvideo“ von 16.30 bis 18.30 Uhr beziehungsweise 18.30 bis 20.00 Uhr an. Bei allen Veranstaltungen steht das Canon-Team von 17.00 bis 22.00 Uhr für Gespräche zur Verfügung.

Die Termine:
10.09.: Frankfurt, Westhafen Pier 1, Rottfeder-Ring 1
13.09.: Düsseldorf, Capitol-Theater, Erkrather Str. 30
17.09.: München, Arabella Sheraton, Arabellastr. 5
20.09.: Stuttgart, Phoenixhalle im Römerkastell, Naststr. 7a
Auch der Canon Professional Service, kurz CPS, ist im September auf Deutschland-Tournee. Gemeinsam mit der Profoto GmbH bietet das Unternehmen Canon-Fotografen und neuen professionellen Interessenten für das

EOS-System die Möglichkeit, sich über die Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Neben den Initiatoren Canon und Profoto (Lichtausrüstungen) wird die Tour auch von Apple, Bogen Imaging (Taschen und Studioausrüstung), EIZO (Displays, Colormanagement), Hasselblad (Kameras und Digitalbacks), Hensel (Lichtausrüstung), LaCie (Displays und Speicherlösungen), Nurizon (Acolens Software), Phase One (Digitalbacks und Software) und Wacom (Grafik-Tabletts) unterstützt. Die Veranstaltungen beginnen jeweils um 12.00 Uhr und enden gegen 19.00 Uhr. Folgende Termine sind geplant:
04.09.: Berlin, Delight Rental Studios DRS (zeitgleich mit der IFA)
25.09.: Hamburg, Lichtwerk Altona Studios GmbH
09.10.: Karlsruhe, One Stop Studio
11.10.: Stuttgart, Reithaus Ludwigsburg
16.10.: München, Eisbach Studios, Studio D
18.10.: Düsseldorf, Kloppes & Friends
02.10.: Wien (weitere Informationen folgen im Internet)
23.10.: Frankfurt, Union Halle
30.10.: Zürich, Mediacampus
Anmeldungen unter www.canon.de/canon-profoto-roadshow.

Zukunft live. Besuchen
Sie uns auf der IFA 2007.
Halle 7.2a, Stand 101



Die neue Generation Entertainment.

Der neue Blu-ray Disc™ Player von Sony sorgt mit 1080p High Definition-Bildqualität und 7.1-Mehrkanal High Definition-Audio für ein einmaliges Unterhaltungserlebnis.



SONY

entertainment like.no.other™

Flachdisplays: Markttrends

2008: Jedes vierte Notebook mit LED-Backlights

Laut Einschätzung von Fred Huang, General President des Geschäftsbereichs Back Light Units von Coretronic, werden 2008 bereits 25 Prozent aller produzierten Notebooks mit einer LED-Hintergrundbeleuchtung ausgestattet sein. Im Juni dieses Jahres hatte Coretronic seine ersten, mit LED-Backlights bestückten Notebook-Panels ausgeliefert. Wie Huang mitteilte, wird der Anteil der Notebooks mit LED BLU (Back Light Unit) 2007 maximal 5 Prozent der weltweit verkauften Notebooks betragen. Der Beschaffungspreis für LED-basierte Back Light Units ist derzeit noch 2- bis 3mal so hoch wie die Kosten für herkömmliche BLUs mit CCFL-Technologie (cold cathode fluorescent lamp). Trotzdem werden sich laut Huang Notebook-Displays mit LED-Leuchtquellen schnell zum Mainstream-Produkt entwickeln. Parallel dazu arbeitet Coretronic an der Entwicklung von LED-basierten Back Light Units für LCD-Monitore. Auch hier spielt der Herstellungspreis die Schlüsselrolle bei der Einführung der neuen Beleuchtungsquelle. Um Kosten einzusparen, wird Coretronic die erforderlichen weißen LEDs bei taiwanesischen Herstellern beziehen. Im LCD-TV-Markt sind Back Light Units mit weißen LEDs, laut Huang, nur bei Low End-Geräten einsetzbar, weil mit RGB-LEDs bestückte LCD-TV-Modelle eine wesentlich höhere Farbsättigung erreichen. Im TV-Bereich werden jedoch vorerst CCFL-basierte Back Light Units weiter der Standard sein.

Sharp baut 3,2 Milliarden Dollar 10G LCD-Panel-Fabrik

Mikio Katayama, President und Chief Operating Officer, Sharp Japan, hat den geplanten Bau der weltweit modernsten Fabrik für LCD-Panels bekanntgegeben. Mit einem Investitionsaufwand von 3,2 Milliarden US Dollar wird Sharp in Sakai City, Japan, nahe Osaka eine Fertigungsanlage der 10. Generation (10G) für LCD-Panels errichten: Die neue Anlage wird Glassubstrate (Muttergläser) mit Abmessungen von 3,0 x 2,8 Meter verarbeiten. Aus einem derartigen Glassubstrat lassen sich sechs 60-Zoll LCD-Panels oder acht 50-Zoll-Panels gewinnen. Sharps neuestes Projekt macht die Absicht des Technologieführers deutlich, sich auch zukünftig gegenüber den Mitbewerbern Sony und Samsung SDI zu behaupten, die zur Zeit die Produktion in ihrer neuesten gemeinsamen LCD-Panel-Fabrik in Korea anfahren. Wenn Sharps neue 10G Fabrik im Jahr 2010 die Produktion aufnimmt, wird sie Jahr für Jahr mehr als 5 Millionen Panels für 60-Zoll LCD-TV-Geräte herstellen können. Das geplante Technologie-Projekt ist so gewaltig, dass Sharp wichtige Hersteller von Material und Schlüssel-Kom-

ponenten für die Herstellung von LCD-Panels eingeladen hat, ihre Fabriken für die Belieferung der Sharp-Produktion in der Nähe der geplanten Sharp-Fabrik zu etablieren, so z. B. Corning (GLW) für Glas-substrate, Dai Nippon Printing (DNPCY) als Lieferant der Farb-Filter-Folien und für die Energieerzeugung Kansai Electric Power (KAEPF). Fachleute schätzen die in dem gigantischen Technologie-Komplex verbaute Gesamtsumme auf mehr als 8 Milliarden US Dollar, wenn Sharp weitere Zulieferer zur Ansiedlung bewegen kann oder selbst eine nachgeschaltete Fertigung von LCD-TV-Geräten einrichtet.

Mehr Plasma-Panels durch Power Laser

Die Einführung von Powerlase Laser Systemen revolutioniert die Produktionsmethoden für Plasma-Display-Panels und führt gleichzeitig zu höheren Produktionskapazitäten: Der koreanische Hersteller LG Electronics hat von Powerlase mehrere High-Power Starlase A08 Systeme erworben, um sie in bereits bestehende Produktionslinien zu integrieren und damit die Produktionskapazität für Plasma Display Panels (PDPs) zu steigern und die Herstellungskosten zu senken. Der neue A08 Laser ist die Weiterentwicklung der bewährten und erfolgreichen Starlase-Serie und erfüllt spezielle Anforderungen der PDP-Hersteller. Powerlase, einer der führenden Hersteller von Diode Pumped solid State Lasern (DPSS), hat in Zusammenarbeit mit der Universität Dublin eine neue, hocheffektive Lichtquelle entwickelt, die sowohl in anderen Powerlase-Systemen wie auch in den von LG Electronics erworbenen Anlagen als eine der wichtigsten Komponenten für den „Rapid Laser Patterning Process“ (RLP) eingesetzt wird. „RLP“ ersetzt bei der Herstellung von Bildzellen den bisherigen photolithographischen Prozess der Flüssig-Ätzung und reduziert die Anzahl der erforderlichen Produktionsschritte dramatisch. Tony King, CEO von Powerlase, erklärt: „Die herkömmliche Wet-Etch-Technologie besteht aus sechs aufwendigen Produktions-Schritten und macht den Einsatz eines mehrere Millionen US Dollar teuren Area Steppers und Patterning Equipments erforderlich. Mit RLP-Technologie wird die Bildzellen-Matrix in nur zwei Produktionsschritten direkt auf die Oberfläche des späteren

Plasma-Bildschirms gebrannt.“ Ein Sprecher von LG Electronics kommentiert: „Die von uns eingesetzten Powerlase Laser arbeiten extrem effizient und optimieren die Herstellung von Plasma Display Panels gravierend. Die Nachfrage nach hochqualitativen Plasma-TVs hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Mit den neuen Laser-Systemen von Powerlase sind wir in der Lage, den Anforderungen und Bedürfnissen unserer Kunden heute und in der Zukunft voll gerecht zu werden.“

Taiwan erhöht small-to-medium LCD-Panel Produktion

Um die im dritten Quartal des laufenden Jahres erwartete Nachfrage-Spitze bedienen zu können, erhöhen die taiwanesischen LCD-Panel-Hersteller AUO (AU Optronics), Chungh-wa Picture Tubes (CPT) und Chi Mei Optoelectronics (CMO) laut eigenen Aussagen ihre Produktions-

Nachfrage das erste Mal seit zehn Jahren die Produktionskapazitäten. Mit 38 Millionen produzierter small-to-medium-size Panels werde AUO im dritten Quartal 2007 erneut einen Firmenrekord aufstellen, nachdem dies mit 32,23 Millionen bereits im zweiten Quartal gelungen war. Im vierten Quartal des laufenden Jahres werde sich jedoch die Balance zwischen Produktionsausstoß und Nachfrage wieder einstellen.

CMO erhöht Prognose für 2. Halbjahr 2007

Anlässlich der Investor-Konferenz für das 2. Quartal 2007 eröffnete Chao-yang Ho, President Chi Mei Optoelectronics (CMO), in der zweiten Jahreshälfte 2007 rosige Ausblicke für LCD-Hersteller: CMO erhöht die weltweite Prognose für großformatige LCD-Panels in 2007 von bisher 45 Millionen Stück auf nun 47 Millionen Panels, wie Ho mitteilte. Einige Panel-Hersteller hätten ihre Kapazitäten reduziert, um die Zeit bis 2008 besser überdauern zu können. Aber das dritte Quartal 2007 werde, laut Ho, durch starke Nachfrage gekennzeichnet sein, die sich im vierten Quartal auf hohem Niveau etwas abflachen werde. CMO selbst will die monatliche Kapazität seiner 7.5G Fabrik von 25.000 Stück bei Produktionsstart im Juni dieses Jahres bis auf 50.000 Glas-Substrate im Dezember 2007 erhöhen.

Für die zweite, noch im Bau befindliche 7.5G Produktionsanlage von CMO ist der Einbau der Fertigungsanlagen im vierten Quartal 2007 geplant. 42-Zoll-Panels seien im Markt sehr erfolgreich und hätten den Wettbewerb gegen die konkurrierenden 40-Zoll Plasma-TVs bereits für sich entschieden, berichtete ein CMO-Sprecher. Das Unternehmen rechnet im dritten Quartal des Jahres mit einem Wachstum von 30 Prozent beim Verkauf von LCD-Panels und dann weiterhin mit einer durchschnittlichen Zunahme von jeweils 10-15% pro Quartal. CMO hat im ersten Halbjahr 2007 bereits 5,36 Millionen TV-Panels verkauft und ist zuversichtlich, in diesem Jahr das selbst gesetzte Ziel von 13,3 Millionen Panels zu erreichen, erklärte Ho. Die weltweite Notebook-Nachfrage werde im laufenden Jahr 100 Millionen Stück erreichen. Der Anteil der Widescreen Monitor-Panels werde von 80% im zweiten Quartal auf 85% der gesamten Monitor-Panels zunehmen. CMO will die monatliche Kapazität seiner 5.5G Fabrik von zur Zeit 150.000 Stück bis zum Jahresende auf 170.000 Stück pro Monat steigern. Der erwartete Kapazitäts-Zuwachs ist bereits für die Produktion von 22-Zoll Widescreen Monitor-Panels verplant.

Auch im 3. Quartal nicht genug LCD-Farbfilter

Die Verknappung bei LCD-Color-Filtern, die zur Produktion von LCD-Panels unverzichtbar sind, werde auch im dritten Quartal des laufenden Jahres fortauern, teilte David Joe, President von HannStar Dis-

play mit. Einer der Gründe für die Unterversorgung sei der Produktionsstillstand bei dem bedeutenden taiwanesischen Colorfilter-Hersteller Allied Material Technology Corporation (AMTC). Die Unterversorgung mit Color-Filtern (CF) lag im 2. Quartal bei 40.000 bis 50.000 Stück, die monatlich fehlten. Davon betroffen waren vorwiegend LCD-Panel Hersteller in Taiwan. Aber auch weltweit würden zur Zeit 30 bis 40% weniger Color-Filter hergestellt, als die Panel-Hersteller abnehmen könnten. Die Durchschnittspreise für Color-Filter würden deshalb im 3. Quartal um 1-2% ansteigen, sagt Joe voraus. HannStars Produktionszahlen im 3. Quartal seien davon aber nicht betroffen, denn man habe einen langfristigen Liefervertrag mit dem CF-Hersteller Sintek Photronic unterzeichnet, betonte der HannStar Manager. Eine Verknappung bei der Belieferung mit Glas-Substraten (Muttergläsern) werde HannStar auch nicht erleiden müssen, denn mit Glas-Substrat-Lieferanten wie Corning und anderen habe man ebenfalls langfristige Kontrakte abgeschlossen. Bei den anderen für die LCD-Panel-Produktion wichtigen Komponenten wie z. B. Polarisations-Filtern seien Engpässe nicht zu befürchten, fügte Joe hinzu.

2. Quartal 07: LCD wächst schneller, Plasma stagniert

Das Wachstum bei LCD-TVs hat sich im zweiten Quartal des laufenden Jahres weiter verstärkt, während die Verkaufszahlen bei Plasma-TVs auf dem bisherigen Stand stagnierten und im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht abgesunken sind, teilt der Marktbeobachter Display Search mit. Der Verkauf von LCD-TV-Panels nahm gegenüber dem vorangehenden Quartal um 32% und im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 65% auf 16,6 Millionen Panels zu und übertraf mit diesem Ergebnis sowohl die Erwartungen der Hersteller wie mit 700.000 Stück mehr auch die Prognose von Display Search um +4 Prozent. Die Erlöse für LCD-Panels nahmen gegenüber dem vorangehenden Quartal um 28% und im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 39% zu und erreichten mit 7,2 Milliarden US Dollar einen neuen Quartalsrekord. Der gemittelte Durchschnittspreis pro LCD-Panel lag mit 369,- US Dollar um 2% niedriger als im Vorquartal und 16% niedriger als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Zum ersten Mal wurden mehr als doppelt so viele LCD-TV-Panels mit 40-Zoll-Bilddiagonale und größer verkauft als Plasma-TV-Panels der gleichen Größen. Der Anteil der LCD-TVs mit 40-Zoll-Bilddiagonale und größer am gesamten Flach-TV-Markt stieg von 42% im zweiten Quartal 2006 auf 68% im zweiten Quartal 2007. Gründe für diese Entwicklung sieht Display Search in der steigenden Anzahl optimierter Panel-Fabriken der 7. Generation und höher, wie in der durch Bemühungen des Handels und Bewerbung der Hersteller wachsenden Nachfrage nach TV-Geräten mit 1080p Auflösung, bei denen LCD-TVs gegenüber Plasma-TV-Geräten das Angebot dominieren.

Dai Nippon erwägt Farbfilter-Fabrik in der Nähe von Sharp

Dai Nippon Printing Co. Ltd. denkt, nach eigener Aussage, über den Bau einer neuen Fabrik zur Herstellung von Farbfiltern für LCD-Panels nach, die in unmittelbarer Nachbarschaft einer in Bau befindlichen LCD-Fabrik der Sharp Corporation im westlichen Teil Japans errichtet werden soll. Ein Pressesprecher von Dai Nippon Printing betonte, dass ein endgültiger Entschluss bisher noch nicht getroffen wurde. *evo*

Schärfer geht nicht!



- Top Ausstattung
- Top Preis
- Top Marge

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

Kapazitäten für LCD-Panels mit kleinen und mittleren Bildschirm-Größen. CPT gab bekannt, in seiner 4.5G Fabrik den Anteil der produzierten Panels mit kleinen und mittleren Größen bis zum Jahresende von zur Zeit 25% auf 40% zu erhöhen. 2008 soll der Produktionsanteil der small-to-middle-size LCD-Panels auf 75% vergrößert werden. Ab 2009 soll sich eine der beiden 4.5G Fabriken von CPT ausschließlich auf die Produktion von Panels mit kleinen und mittleren Größen konzentrieren, teilte SC Lin, Vize President der small-medium TFT Business Group von CPT mit: Die jährliche Spitzen-Saison für small-to-medium-size panels liege generell in den Monaten April bis Oktober. Im gesamten Jahr 2007 werde CPT 53,5 Millionen Panels dieses Segments produzieren. In AU Optronics (AUO) Fabrik der 5. Generation, die bisher überwiegend LCD-Panels für Monitore und Notebooks produziert, werden nun auch in geringeren Stückzahlen medium-size LCD-Panels produziert, teilte Lai-Juh Chen, Senior Vice President and General Manager von AUO Global Manufacturing mit. Sein Unternehmen erwarte im dritten Quartal 07 eine verstärkte Nachfrage bei small-to-mid-size Panels und deshalb einen Anstieg dieser Panel-Größen auf 20 Prozent Anteil an der Gesamtproduktion von AUO. Chen erklärte, im Markt werde es im dritten Quartal dieses Jahres zu einer Verknappung von small-to-mid-size Panels kommen. In diesem Segment übersteige die

Marktanteile und Wachstum bei Plasma-Displays

Hersteller	Anteil 1. Quartal 07	Anteil 2. Quartal 07	Zuwachs Jahr zu Jahr
Matsushita	31,3%	36,5%	+14%
Samsung SDI	23,9%	27,4%	+13%
LGE	27,1%	23,5%	-25%
Hitachi	10,4%	8,5%	-22%
Pioneer	7,2%	3,9%	-30%
Orion	0,1%	0,2%	+20%
Total	100,0%	100,0%	-4%

Quelle: DisplaySearch



Aktuelle Studie belegt*:



**Mit Philips Ambilight –
Entspannter Fernsehen!**

- ✓ Weniger Ermüdung
- ✓ Mehr Erholung
- ✓ Mehr Leistungsfähigkeit

* Generation Research Program der
Ludwig-Maximilians-Universität München



Einfachheit bedeutet, Fernsehen auf Knopfdruck in ein unglaubliches Erlebnis zu verwandeln.

Die einzigartige Ambilight-Technologie von Philips projiziert auf die Wände rund um den Bildschirm ein sanftes Umgebungslicht, das sich automatisch den Farben und der Helligkeit des Fernsehbildes anpasst. Das Bild wird durch Ambilight optisch erweitert, die Detailwiedergabe deutlich verbessert, Kontraste und Farben wirken intensiver. Wissenschaftliche Studien belegen, dass diese Ambilight-Technologie gleichermaßen dem Zuschauer ein intensiveres Fernseherlebnis ermöglicht und zudem zu einer verbesserten Entspannung beiträgt. Mit Philips Ambilight – Entspannter Fernsehen.

www.philips.com/Ambilight

PHILIPS
sense and simplicity

Konzentration auf das Wesentliche

Acht neue Sharp AQUOS im Slim Line Design

Die steigende Nachfrage nach LCD-TV's wird vor allem durch die Faszination des flachen Bildschirms und die Befreiung von seinem voluminösen Gehäuse beflügelt. Mit der Erweiterung des Gesamtangebots um acht neue Full HD 1.080p Aquos Modelle mit außergewöhnlich schmalen Display-Rahmen trägt der Technologie-Führer Sharp dem wichtigsten Motiv für den Kauf eines neuen TV-Geräts Rechnung. Die ab Herbst in fünf Bildgrößen erhältlichen Modelle der X20-Reihe und die drei Geräte der XL2-Serie markieren mit modernsten Technologien den Generationswechsel, hin zur Klasse der kompromisslos für die Nutzung von HDTV und die High Definition Formate Blu-ray Disc und HD-DVD konzipierten Flach-TV-Geräte.

Aquos Slim Line: Der Star ist das Bild

Im direkten Vergleich zu bisherigen Modellen mit gleich großer Bild- Diagonale wirken die Bildflächen der neuen Aquos Slim Line Modelle größer. Tatsächlich verändert hat sich jedoch das Verhältnis der vorderen Rahmenfläche zur sichtbaren Bildfläche. Die schmalen Rahmen verringern die äußeren Geräte-Abmessungen in der Breite und Höhe und lassen die Display-Oberfläche größer wirken. Bezogen auf die Gesamtfläche der Vorderfront ergibt das mehr Bild und weniger Gehäuse. Dieser optische Eindruck wird durch das elegante Klavierlack-Design noch verstärkt. Das Gesamt-Arrangement der Slim Line Generation strahlt unaufdringliche, perfekte Eleganz aus und stellt konkurrenzlos das Bild in den Vordergrund. Das Konzept ist das konsequente Ergebnis einer jahrzehntelangen Entwicklung, an deren Anfang barock wirkende Möbel mit kleinen, Schiffs-Bullaugen ähnelnden Bildfenstern standen. Technische Weiterentwicklung und kontinuierlich wachsende Bildgrößen ließen das TV-

Aquos X20E-Reihe: Fünf neue Full HD-Modelle im Slim Line Design

Die neue Aquos X20E-Serie besteht aus fünf Modellen mit besonders schmalen Rahmen in edler Klavierlack-Optik und optimal gestuften Bild- diagonalen von 32 Zoll (80 cm), 37 Zoll (94 cm), 42 Zoll (106 cm), 46 Zoll (117 cm) und 52 Zoll (131 cm). Alle Modelle verfügen über native Full HD HDTV-Auflösung mit 1.920 mal 1.080 Bildpunkten und 1.080p-Darstellung. Filme mit 24p werden ohne „Ruckeln“ (Motion Judder) mit fließenden, natürlich wirkenden Bewegungen wiedergegeben. Ob dazu 1.080/24p-Darstellung oder elektronische Judder Canceller eingesetzt werden, ist noch nicht bekannt. Das Kontrastverhältnis beträgt 2.000:1. Das dynamische Kontrastverhältnis erreicht 10.000:1. Der Helligkeitwert beträgt bei allen Geräten 450 cd/m². Die Betrachtungswinkel betragen horizontal wie vertikal

176 Grad und sorgen für hohe Bildqualität bei unterschiedlichsten Zuschauer-Positionen. Die Reaktionszeit beträgt 4 ms bei den 42-, 46- und 52-Zoll-Modellen und 6 ms bei den Geräten mit 32 und 37 Zoll Bild- diagonalen. Das garantiert auch bei schnell bewegten Bildinhalten eine kontraststarke, detaillierte Bild- darstellung ohne Motion Blur. Die in allen Geräten der X20E-Serie integrierte Sharp Quick Shoot-Technologie optimiert die Bild- scharfe zusätzlich. Für voluminösen Sound sorgen ein digitaler Audio-Ver- stärker und ein Lautsprechersystem mit zweimal 15 Watt Ausgangsleistung. Die von Sharp entwickelte Clear Voice-Technik bewirkt stets klare und gut verständliche Sprach- qualität. Bei Werbe-Einblendungen wird die Lautstärke nicht lauter als der Ton des Films oder TV-Programms: Die Auto Volume Control Function (AVC) passt die Lautstärke der Wer- bespots automatisch dem Pegel des normalen Programms an. Frank Bolten, Geschäftsführer von Sharp Elec- tronics Germany/Austria, erklärt zu den neuen Modellen: „Die X20-Serie ist für die CE-Welt richtungsweisend: Sie bietet verschiedene, gut abge- stufte Bild- diagonalen für jede Wohn- raumgröße und für jeden Anspruch, gekoppelt mit erstklassigem Design auf höchstem Ausstattungsniveau. Das ist es, wonach Konsumenten heute suchen.“ Die fünf neuen Full HD Aquos-Modelle LC-32X20E, LC-

Aquos XL2E-Serie: Auflösung 1.920 x 1.080, 1.080p/100 Hz. Bild- diagonalen: 42 Zoll (106 cm), 46 Zoll (117 cm) und 52 Zoll (132 cm).



37X20E, LC-42X20E, LC-46X20E und LC52X20E im Slim Line Design sind ab Herbst 2007 verfügbar. UVPs der Geräte werden noch bekanntgegeben.

Sharp XL2E-Reihe: Full HD/1.080p und 100-Hz-Technik

Die Geräte der neuen Aquos XL2E-Serie zeichnen sich durch hochauflösende Darstellung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, 1.080p-Darstellung und 100-Hertz-Technologie aus. Die Bild- diagonalen betragen 42 Zoll (106 cm), 46 Zoll (117 cm) und 52 Zoll (132 cm). Filme mit 24p werden mit weichen Bewegungsabläufen ruckelfrei dargestellt. Die verfügbare HDMI 1.3-Schnittstelle ermöglicht die Nutzung erweiterter Funktionen von High Definition-Zuspielgeräten wie Blu-ray-Playern oder HD-Spielekonsolen und die Übertragung modernster Mehr- kanal-Audio-Formate. Sharps neuer Blu-ray-Player BD-HP20S erkennt TV- Geräte der XL2E-Serie automatisch. Alle Geräte der XL2E-Serie haben 4 ms Reaktionszeit. Das Kontrastver- hältnis beträgt 2.000:1, das dynami- sche Kontrastverhältnis 10.000:1. Die 10-Bit-Signalverarbeitung erhöht die Anzahl der darstellbaren Farbtöne und ermöglicht weichere Farbverläufe. „Der Trend zu großformatigen LCD- TVs mit voller HD-Auflösung setzt sich unaufhörlich fort, und mit dieser neuen LCD-Generation treffen wir absolut die Marktbedürfnisse“, so Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria. „Unsere neue XL2E-Serie besticht nicht nur durch innere Werte wie der Verbin-

dung des 1.080p Vollbildverfahrens mit einer Bildwechselfrequenz von 100/120 Hz, sondern setzt auch durch schlankes Gerätedesign neue Meilen- steine. Die Modelle LC-42XL2E, LC- 46XL2E und LC-52XL2E sind ab Herbst 2007 verfügbar. UVPs standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Luxuriös: die Ausstattung der Aquos Slim Line Modelle

Die Ausstattung ist „umfassend“: Full HD, 1.080p, Standbild, Bild Split und Bild in Text, DVB-T Tuner und analoger TV-Tuner mit 99 Speicherplätzen, CI-Schacht für Pay-TV Conditional Access Module, automatische Sen- dersortierung, Multi-Text mit 2.000-Seitenspeicher, Quick Shoot Techno- logie zur Optimierung schnell bewegter Bilder, OnScreen Menü in 13 Sprachen und Sleep Timer, Universal Fernbedienung: Bei der XL2E-Reihe können über HDMI angeschlossene Aquos-Geräte wie der Blu-ray Player BD-HP20S per „Aquos Link“ zentral bedient werden. Schnittstellen-Viel- falt: 2x Scart, 3x HDMI, 1x YUV, AV/S- Video IN, VGA IN, RS-232C, Audio Out, Kopfhörer, USB-in (nur Service). Vesa Halterung ist optional lieferbar. Nur bei XL2E-Reihe: 100/120 Hz Technik, HDM 1.3, 10-Bit-Signalver- arbeitung. Über die zweijährige Garan- tiezeit hinaus gewährt Sharp im Rahmen eines Marken-Mehrwertpro- gramms für bei einem Händler erwor- bene Geräte ein weiteres Garantiejahr, also insgesamt drei Jahre Hersteller- Garantie. evo



Bisherige Rahmenbreite der Aquos Modelle



Rahmenbreite der neuen Slim Line Design Generation



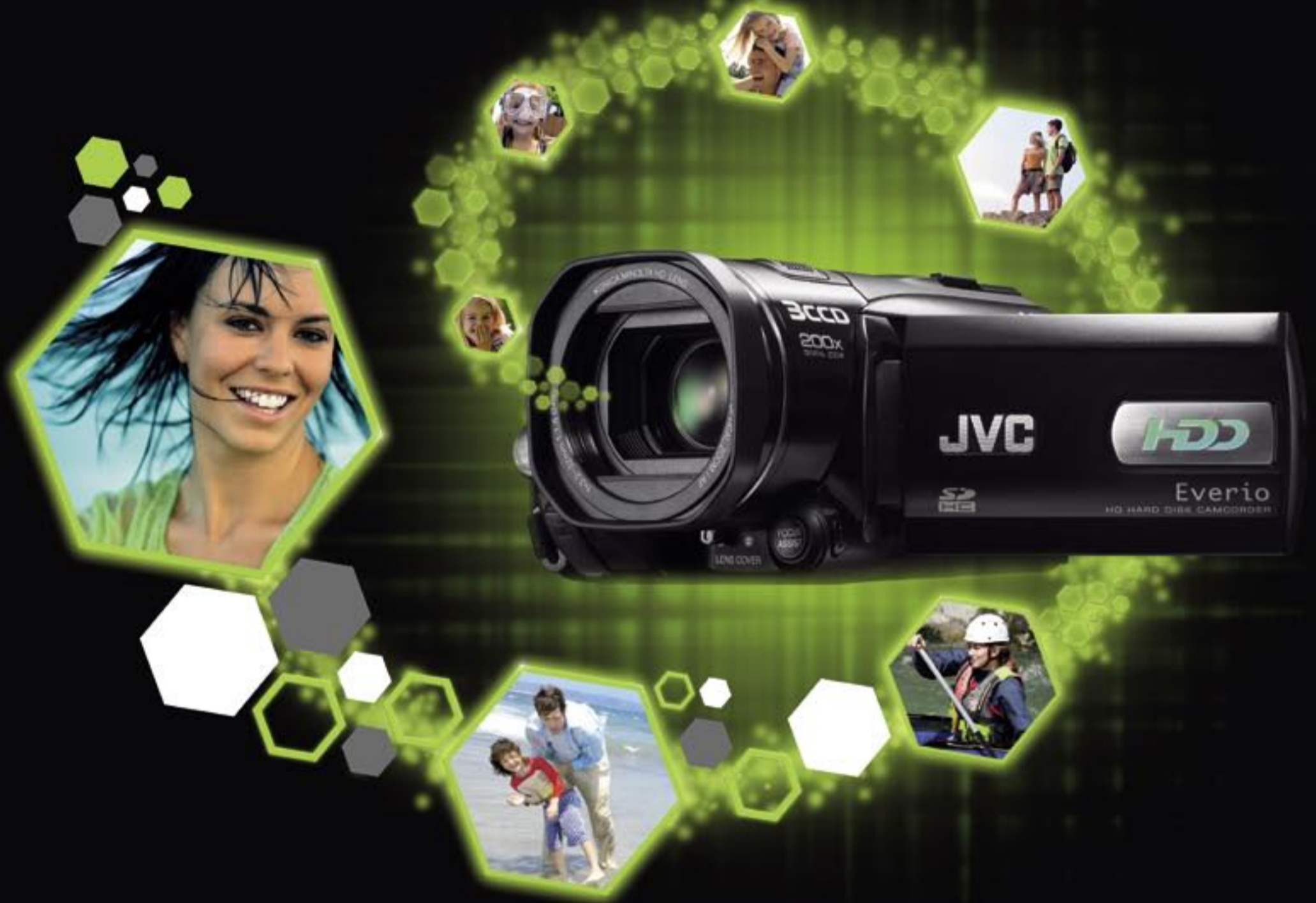
Gehäuse zunehmend in den Hinter- grund treten. Die reduzierten Außen- abmessungen der neuen Slim Line Serien bieten am PoS die Chance, Geräte mit der nächsthöheren Bild- gröÙe zu verkaufen: Oft begrenzt nur die unveränderliche Breite des höhen- verstellbaren Fachs eines Wohnzim- merregals oder einer Möbelwand die maximale Bild- diagonale des zu erwer- benden Flach-TV-Geräts.



Aquos X20-Serie: Auflösung 1.920 x 1.080p. Bild- diagonalen: 32" (80 cm), 37" (94 cm), 42" (106 cm), 46" (117 cm) und 52" (131 cm).

HD Everio

Perfekte Bilder. Schon jetzt. Für immer.



3 CCD-Chip

HD Share Station



60 GB HDD

KONICA MINOLTA HD-OBJEKTIV

HD Everio GZ-HD 3
Superkompakter 3 CCD High Definition Camcorder

Full HD 1080 – jetzt überall dabei

Das Leben ist voller spannender Momente. Filmen Sie mit dem besonders kompakten HD Camcorder Ihre wertvollen Erinnerungen schon heute für die Zukunft – in Full HD 1080!

Perfekte Bilder

3 CCD | KONICA MINOLTA HD-OBJEKTIV | 5 Stunden HD Video auf 60 GB HDD | MPEG-2 | Mikrofon-Eingang | Zubehörschuh | Power-LED-Videolicht

Archivierung und Wiedergabe

HD Everio SHARE STATION (optional) für direkte DVD-Erstellung und Wiedergabe (Full HD 1080) | CyberLink BD-Software für Blu-ray AV Disc Bearbeitung | HDMI, USB, Komponente, i.LINK

Full HD
1080

Erlebe die Zukunft | www.jvc.de



JVC
The Perfect Experience

Philips auf der IFA

Technologien für perfekte Bilder

Philips präsentiert auf der IFA wieder zahlreiche Produktneuheiten im TV- und Home Entertainment. Das Unternehmen hat sein LCD Flat-TV-Angebot um größere Bildschirmdiagonalen und neue Bildverbesserungstechnologien erweitert. Neue DVD-Recorder bieten dank großer Festplatten genügend Speicherkapazität. Neben der Ambilight-Technologie, die für ein harmonisches und augenschonendes Umgebungslicht sorgt, zählt Perfect Pixel HD Engine zu einem der absoluten Technologie-Highlights, die auf dem Philips-Stand demonstriert werden.

Die Perfect Pixel HD Engine ist ein Paket von Technologien, das bestmögliche Bildqualität von allen Quellen gewährleistet und laut Philips ein HD-Erlebnis auf bisher unerreichtem Niveau bietet. Mit der 100 Hz ClearLCD-Technologie bringt Philips die entscheidende Verbesserung zur Vermeidung von Bewegungsunschärfen bei sich schnell verändernden Bildinhalten. Durch die Stimulation der Kristalle mit „Overdrive Control“ lässt sich die Reaktionszeit mit ClearLCD deutlich verkürzen. Des Weiteren wird die Reaktionszeit durch eine Verdopplung der Bildwiederholrate auf 100 Hertz noch weiter auf nur 3 Millisekunden verkürzt. Auf diese Weise werden Bilder ohne Bewegungsartefakte erzeugt und die bei herkömmlichen LCD TVs aufgetretenen Bewegungsunschärfen beseitigt. Perfect Pixel HD Engine bietet darüber hinaus eine fortschrittlichere Bildsignalverarbeitung. Bei dem neuen Color Booster von Philips wird eine 14-Bit-Verarbeitung eingesetzt, um eine Farbpalette von vier Billionen Farben

zu erzeugen. Dies führt zu natürlichen Farben mit einer höheren Sättigung.

Das Ergebnis aller Elemente, die in der Perfect Pixel HD Engine von Philips kombiniert sind, ist eine Plattform für die Wiedergabe von HD-Quellen auf einem 1080p HD-Display, das eine Auflösung von 6,2 Millionen Pixeln bietet.

Ambilight unkompliziert

Philips weiß, dass Konsumenten das einzigartige Fernseherlebnis mit Ambilight sofort genießen möchten, nachdem sie ihren neuen Flat TV zu Hause ausgepackt haben. Die Geschmäcker sind jedoch verschieden, wenn es um die Bildeinstellungen wie Helligkeit, Kontrast, Farbe usw. geht. Trotz anspruchsvoller High End TVs darf die erste Installation nicht zu kompliziert werden. Ziel ist deshalb, dass der Kunde die individuelle Konfiguration in wenigen Minuten selbst vornehmen kann, dass dieser Vorgang so einfach wie möglich und das Ergebnis perfekt ist. In acht simplen



Perfect
Pixel
HD ENGINE

Bedienschritten auf dem Bildschirm können Besitzer von Flat TVs individuelle Einstellungen vornehmen und dabei beispielsweise Werte für Helligkeit oder Kontrast selbst festlegen. Ein in der Mitte geteiltes Foto wird auf der linken und auf der rechten Bildschirmseite mit unterschiedlichen Bildparametern dargestellt. Der Kunde wählt die ihm angenehmere Einstellung. Nach mehreren Bildern sind schließlich alle wichtigen Bildeinstellungen erfasst und automatisch gespeichert.

Die Ambilight-Technologie von Philips hat bereits große Anerkennung und Unterstützung von Seiten der SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers) gefunden. Sie hat ermittelt, dass

die optimale Intensität des vorhandenen Raumlichtes zehn Prozent des vom TV-Gerät maximal abgegebenen weißen Lichts beträgt. In Übereinstimmung mit der SMPTE-Empfehlung ermöglicht es Ambilight dem Nutzer, je nach Wunsch einen gleichbleibend warmen oder kühlen Weißton für die Beleuchtung zu wählen. Außerdem können die Konsumenten einen Aktivmodus wählen, bei dem die Farbe des Lichts von der Software bestimmt wird. Die Farbe des Hintergrundlichtes kann jedoch auch nach persönlichen Vorlieben gewählt werden.

Ambisound

Philips bringt mit der HTS8100 und HTS6600 zwei neue, elegante Heimkino-Anlagen auf den Markt. Sie machen es Filmfans noch einfacher, den Surround-Klang aus dem Kino in die eigenen vier Wände zu holen. Möglich wird dies durch die einzigartige Ambisound-Technologie von Philips.

Das HTS8100 DVD-Heimkino-System bietet alle Vorteile einer klassischen Heimkino-Anlage wie 5.1 Surround Klang, Lautsprecher, Verstärker und einen DVD-/CD-Player. Für maximale Audioqualität und größtmögliche Klarheit ist die HTS8100 mit einem Drei-Band-Equalizer ausgestattet; der Subwoofer bietet zudem Tiefbass-Leistung nach dem Double-BASS Standard. Er ermöglicht einen reibungslosen Wechsel zwischen den Klangbildern. Zusätzlich verfügt die HTS8100 über Hochtonlautsprecher, die für verbesserte und klarere Sprachwiedergabe sorgen. Neben der HTS8100 bringt Philips auch die

Heimkino-Anlage HTS6600 mit Ambisound Technologie auf den Markt. Die HTS6600 bietet eine weitere moderne und innovative Möglichkeit, um das Wirrwarr im Wohnzimmer durch zahllose neue Kabel möglichst gering zu halten: Mit nur wenigen Kabeln kann die schlanke, aufrechtstehende zentrale Einheit angeschlossen werden. Zwei separate Lautsprecher ermöglichen das vollständige Klangerlebnis mit Ambisound-Qualität. Dieses Klangerlebnis kann durch individuelle Einstellungen gesteigert werden, dazu gehören Smart Sound, ein Dreiband-Equalizer, DoubleBASS, Lautsprecher und Tiefton-Lautsprecher. Darüber hinaus verfügt die HTS6600 über einen digitalen HDMI A/V-Anschluss. Somit können Videobilder auf 1080i skaliert werden.

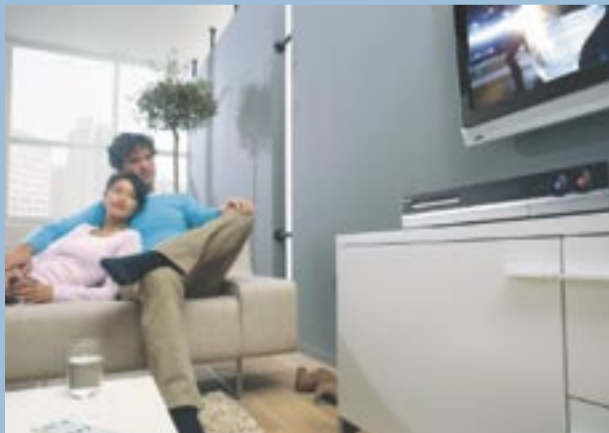
Der empfohlene Verkaufspreis für die HTS8100 lautet 1.199,99 Euro. Die HTS6600 soll 799,99 Euro kosten.

amBX PC

Mit den amBX PC Solutions (spricht: ämbi x) bietet Philips unterschiedliche Equipment-Kits für das intensive Game-Erlebnis. Mit amBX-Spielezubehör wird außerdem eine einzigartige Produktpalette an Spielhardware angeboten. amBX steht für „ambient experiences“, was soviel wie Umgebungswahrnehmung bedeutet. Es handelt sich um ein Middleware-System, das Hardware und ein Softwaremodul mit Skriptsprache umfasst. Spieleentwickler verwenden die Skriptsprache, um Effekte in das Spiel einzubetten und beispielsweise eine Explosion auszulösen, wenn eine Rakete in

Philips mit neuen Harddisk-/ DVD-Recordern

Philips präsentiert neue Harddisk-/DVD-Recorder, die in diesem Herbst auf den Markt kommen. Die Geräte bieten Festplattenkapazitäten zwischen 160 und 250 GByte. Damit verfügen sie über eine ausreichende Speicherkapazität, um auch wirklich jeden Lieblingsfilm, aber auch Musiktitel, Fotos oder selbst gedrehte Videoclips immer parat zu haben. TV-Aufnahmen können mit einem einzigen Knopfdruck gestartet werden. Hierfür gibt es die „One Touch“-Funktion. Diese Aufnahmen können dann einfach auf DVD archiviert werden. Die Festplattenrekorder verfügen zudem über eine Reihe von Merkmalen, die den Fernsehspaß besonders angenehm machen und helfen, niemals wieder eine spannende Szene zu verpassen. So macht es „Flex Time“ möglich, eine laufende Sendung oder einen Film bereits anzusehen, während die Aufnahme ohne Unterbrechung fortgesetzt wird. Mit „Instant Replay“ wird jede spannende Action-Szene oder ein Erinnerungswürdiger Dialog mit einem einzigen Knopfdruck nochmals wiederholt. Sollte dagegen der Filmgenuss einmal unterbrochen werden, hält die Funktion „Pause Live TV“ den Streifen an, um ihn zu einem späteren und passenderen Zeitpunkt fortzusetzen. Der DVDR5570H unterstützt zudem Aufnahmen im 5.1-Kanal-Surround-Sound. Diese Aufnahmen können dann mit Hilfe eines kompatiblen Multikanal-Lautsprechersystems wiedergegeben werden – für ein echtes Heimkino-Erlebnis.



eine Wand einschlägt. Das Softwaremodul vermittelt zwischen der Intention des Entwicklers und den Fähigkeiten der an den PC angeschlossenen Geräte, um das Benutzererlebnis zu erweitern. Wenn eine Rakete explodiert, erzeugt ein Lüftersatz einen Luftstoß, die Lampen leuchten auf, die Handgelenkaufgabe vibriert und die Lampen dröhnen. In Sachen Spieletitel für das amBX System schreiten die Entwicklungen rasant voran. Philips hat mit

verschiedenen Unternehmen Verträge abgeschlossen, unter anderem mit THQ, einem der größten Spielehersteller weltweit. Broke Sword 4 von THQ war das erste amBX-aktivierte Spiel, das bereits im Herbst 2006 auf den Markt gekommen ist. In der Zwischenzeit wurden viele weitere Titel entwickelt. Auf der CES im Januar dieses Jahres wurde außerdem ein PC-Format für amBX vorgestellt. Das heißt, die lebendigen Simulationen sind dann mit PCs

und PC-basierten Spielen mit amBX-Logo kompatibel. Die ersten amBX-fähigen Peripheriegeräte für den PC umfassen ein Paar Satelliten-Leuchten, ein Paar 2.1 Satelliten-Lautsprecher/Leuchten mit Subwoofer, ein Paar Tischventilatoren, eine Vibrations-einheit für die Handgelenke sowie eine Wandfluter-Leuchte. Diese fungiert auch als zentrale Kontrolleinheit. Die Peripheriegeräte sind in Graphit und Silber gehalten.

Die amBX PC Gaming Produkte kommen als folgende vier Kits auf den Markt:

1. Starter Kit für 199 Euro (UVP), das einen Wandfluter mit Steuerungseinheit und Satelliten-Leuchten enthält.
2. Pro-Gamer Kit mit Wandfluter mit Steuerungseinheit, 2.1 Satellitenlautsprecher/Leuchten und Subwoofer für 299 Euro (UVP).
3. Extension Kit mit einem Set Tischlüfter und Handgelenk-Vibrationseinheit als Erweiterung zum Preis von 129 Euro (UVP).
4. Premium Kit für das ultimative Erlebnis enthält alle amBX-Peripheriegeräte zum Preis von 399 Euro (UVP). *miz*



Das amBX-PC-Spielezubehör macht Spiele zum interaktiven Erlebnis. Licht, Surround Sound, Luftströmungen und Vibrationen sind mit dem Spiel synchronisiert und übertragen es in den gesamten Raum.

„Diamonds are forever“



In der kommenden Herbstsaison starten Swarovski und Philips ihr erstes Gemeinschaftsprojekt: eine strahlende Auswahl technologischer Glanzstücke unter dem Titel „Active Crystals“. Aus der intensiven Zusammenarbeit zwischen den firmeneigenen Designteams von Philips und Swarovski entstanden Kopfhörer und USB-Sticks aus Silbermetall und transparentem Kristall.

Ob zu Hause, im Büro, in der U-Bahn oder am Strand – die vier neuen Kopfhörer Space, Icon, Mirage und Amazone der Linie

„Active Crystals“ liefern einen guten Sound und sind dabei hübsch anzusehen. Die Halskette Amazone ist ein einzigartiges Schmuckstück, das Schönheit und High-Tech in sich vereint. Die glitzernden Beads in Metallic-Silber werden mit einem magnetischen Zylinder geschlossen. Auf einer Seite kann der Verschluss einen federleichten MP3-Player halten und auf der anderen Seite zwei silbermetallene Ohrhörer mit facettiertem Kristall. Die USB-Sticks Heart Ware und Heart Beat mit einer Speicherkapazität von jeweils 1 GB gibt es in Form von modischen Herz-Anhängern, die als Halskette getragen werden. Erhältlich ist die Kollektion „Active Crystals“ seit August 2007 in renommierten Warenhäusern, im UE-Handel und in Swarovski-Geschäften.



**Eure Gebete wurden erhört.
Die Bundesliga ist wieder zu Hause bei Premiere.**

**Alle Spiele. Alle Tore. Alles live.
Alles für monatlich nur**

€ 19,99*!

PREMIERE FUSSBALL BUNDESLIGA

Mit Premiere Fußball Bundesliga 612 Heimspiele zu Hause erleben und eine Saison der Superlative genießen:

- Alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga
- So viele Fußballstars wie noch nie
- Die besten Fußball-Kommentatoren Deutschlands

Jetzt vermarkten und Ihr Kunde kann noch heute mitfiebern!

* Preis gilt pro Monat für ein 12- oder 24-Monats Abo. In Verbindung mit einer 5er-Kombi/7er-Kombi kostet das Abo € 9,99 pro Monat. Zzgl. einmaliger Aktivierungsgebühr in Höhe von € 29,99.

PREMIERE

Auf der Internationalen Funkausstellung 2007 stellt Toshiba erstmals in Europa seine neuen High-end Regza LCD-TV-Modelle der Z-Serie vor und würdigt den Start der IFA mit einem regelrechten Feuerwerk an neuen Ideen, modernsten Technologien und anwenderfreundlichen Ausstattungsdetails, die Besuchern auf dem Toshiba-Messestand in Form der neuesten Full HD Regza TV-Geräte informativ und eindrucksvoll präsentiert werden.

**Pixel für Pixel
Home Cinema Genuss:
Regza Z-Serie**

Die neuen High-end Regza LCD-TV-Modelle der Z-Serie beeindrucken durch den Einsatz neuester Technologien und überragende Bildqualität. Die in fünf unterschiedlichen Bild-diagonalen von 94 cm bis 145 cm angebotenen Modelle erfüllen Wohnzimmer mit realistischer Heimkino-Atmosphäre. Um perfekte Bildqualität zu gewährleisten, setzt Toshiba in der neuen Z-Serie auf jeder Stufe der Bildsignal-Verarbeitung hochwertigste Bildtechnologien ein. Zu der ausgezeichneten Bildqualität trägt maßgeblich die neue Version des 100-Hz-Bildverbesserungssystems „Active Vision M100“ bei. Dieses errechnet aus dem jeweils zur Verfügung stehenden TV- oder Videosignal in Real Time perfekte 100-Hz-Bilder mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und ist damit erstmals in der Lage, auch Full HD-Auflösungen in 100-Hz-Bildwiederholungsfrequenz zu berechnen. Bisher war dies wegen der für den Interpolationsprozess erforderlichen hohen Rechenleistung nicht realisierbar. Der neue Toshiba-Chip für die 100-Hz-Lösung errechnet bei fortlaufender Analyse des Videosignals genau in den Bewegungsablauf passende Zwischenbilder. Zusätzlich haben Toshiba-Entwickler das Bildverarbeitungs-System um einen „Film Judder Canceller“ erweitert. Diese Schaltungsstufe eliminiert das durch den sogenannten „3 – 2 Pull-down“ entstehende Bildruckeln (Judder). Mit diesen neuen Technologien können Full HD-Bilder jetzt auf LCD-TV-Geräten ohne jede Bewegungsunschärfe (Motion Blur) dargestellt werden. Zum Einsatz kommt auch das bewährte Bildverbesserungssystem Pixel PROcessing, das bei der Z-Serie in der Version „Pixel PROcessing V“ zur Verfügung steht. Mit dem durch WCG (Wide Colour Gamut) erweiterten Farbraum und 10-Bit-Ansteuerung verfügen die LCD-TV-Geräte der Regza Z-Serie über bestmögliche Voraussetzungen für perfekte Bilder: Während der gesamten Bildverarbeitung stehen 10 Bit pro Farbe (30 Bit gesamt) zur Verfügung, (Full 10 Bit Processing). Über die HDMI-Schnittstelle können Bildsignale mit 10 Bit

Toshiba auf der IFA 2007: Jedes Pixel Regza!

und höher zugespielt werden (Deep Colour). Auch das hochwertige LCD-Panel arbeitet mit 10 Bit (30 Bit total). Dadurch entfällt das bei bisherigen LCD-Fernsehgeräten erforderliche Dithering, das leichtes Bildrauschen verursacht. Für die Hintergrundbeleuchtung kommen CCFL Backlights (Cold Cathode Fluorescent Lamps) zum Einsatz, die 98% des vom menschlichen Auge wahrnehmbaren Farbraums darstellen. Insgesamt steht den Geräten der Z-Serie eine Palette von mehr als einer Milliarde Farbabstufungen bei der Bilddarstellung zur Verfügung. Die dazu passenden, genussreichen Hörerlebnisse liefern Lautsprecher der neuesten Slim Speaker-Generation von Toshiba Sound-Partner Onkyo. Mit drei HDMI-Anschlüssen der neuesten Version 1.3, die neben einer Reihe neuer Funktionen auch das CEC-kompatible Protokoll „Regza Link“ unterstützen, sind die LCD-TV-Geräte der Z-Serie optimal auf die Zukunft vorbereitet. Über Regza-Link können Anwender ihr gesamtes Home-Entertainment-Equipment zukünftig mit einer einzigen Fernbedienung steuern.

Toshiba Z-Serie: Fakten & Daten auf einen Blick

Full HD-Auflösung, 1.920 x 1.080, Wide Colour Gamut, Active Vision M100 (100 Hz), Pixel PROcessing V, Full 10 Bit Processing, Film Judder Canceller, Onkyo Slim Speaker, drei HDMI 1.3-Anschlüsse, Regza Link Funktion.

Bilddiagonalen:
37 Zoll (94 cm): 37Z3030D; 42 Zoll (106 cm): 42Z3030D; 47 Zoll (119 cm): 47Z3030D; 52 Zoll (132 cm): 52Z3030D; 57 Zoll (144 cm): 57Z3030D. Verfügbarkeit: September/Oktober 2007. UVPs wurden bisher noch nicht genannt.

**Regza XF-Serie:
Design-Konzept
„Picture Frame“**

Mit dem Design-Konzept „Picture Frame“ der neuen XF-Serie ist Toshiba das scheinbar Unmögliche zumindest teilweise gelungen: Die LCD-Fernseher der Regza XF-Familie bestechen durch wesentlich geringere Abmessungen in der Breite und Höhe bei unveränderter Bildgröße. Durch halbierte Rahmenbreite reduziert „Picture Frame“ die Gehäusemaße so erheblich, dass ein 40 Zoll großes Picture Frame-Gerät weniger Platz einnimmt, als ein herkömmlicher 37 Zoll LCD-TV. Ein 46 Zoll Picture Frame Modell macht sogar den

Abmessungen eines bisherigen 42 Zoll Flachbild-TVs Konkurrenz. Neue Trends und markante Akzente setzt Toshiba mit der Picture Frame auch bei den erhältlichen Farbvarianten: TV-Geräte der Regza XF-Familie werden mit Bildflächen-Umrahmungen in Klavierlack-Schwarz oder feurigem Rot angeboten. Mit dem Designkonzept „Picture Frame“ reagiert Toshiba flexibel auf die Anforderungen des Marktes. Laut Studien sind bei dem Kauf eines Flachbild-Fernsehgeräts neben hoher Bildqualität, gutem Ton und komfortablem Bedienkonzept kompakte Abmessungen ein wichtiges Entscheidungskriterium. Von einem schlanken Gehäuse profitiert der optische Eindruck. Je schlichter und unauffälliger der Rahmen um den Bildschirm ist, um so hochwertiger und eleganter beurteilen Käufer und Anwender das Design. Die Rahmen der Picture Frame-Modelle konnten durch konstruktive Maßnahmen auf eine Breite von unter 2 cm reduziert werden. Dieses Maß ist deutlich weniger als die Hälfte der Rahmenbreite herkömmlicher LCD-TVs, die im Mittel etwa 5 cm beträgt. Der Vorteil für potentielle Käufer wie für den Handel: Wer bisher aus Platzmangel auf einen großformatigen LCD-TV verzichten musste, dem ermöglicht das platzsparende Picture Frame-Konzept mehr Flexibilität bei der Wahl des Aufstellungsorts eines Flachbild-TVs und damit vielleicht doch noch die Aussicht auf realistisches Kino-Feeling. Das neue Modell 40XF350P (mit 102



Toshiba XF-46XF-351P: 46 Zoll mit Full HD 1.920 x 1.080 / 1.080p, Pixel PROcessing V, Active Backlight Control, Dynamic Gamma Curve Correction, Onkyo Slim Speaker und 3x HDMI 1.3.

cm Bildschirmdiagonale) passt bequem an die gleiche Stelle, an der zuvor ein herkömmlicher 37-Zoll-Flachbild-TV gestanden hat, z. B. das 37-Zoll-Modell Toshiba 37C3000P. Die Breite des neuen 46XF350P entspricht mit 107 cm weitgehend der eines normalen 42-Zoll-Flachbild-TVs.

Innovative Technologie-Pakete: Toshiba XF-Serie

Neben dem attraktiven und gleichzeitig platzsparenden Design überzeugen die in zwei Bildgrößen angebotenen Full HD-Modelle der XF-Serie durch massiven Einsatz innovativer Technik: Beide Modelle sind mit einem Panel mit Full HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten ausgestattet. Als Bildprozessor kommt das neue Pixel

PROcessing V zum Einsatz, das neben diversen Schaltungen zur Bildoptimierung mit „Active Backlight Control“ zur Verbesserung des Kontrasteindrucks ausgestattet ist. Das neue „Dynamic Gamma Curve Correction“ betont die Bilddetails besser, ohne dabei das pure Schwarz und Weiß zu verändern. Pixel PROcessing V erzeugt scharfe, natürliche und brillante Bilder. Die gesamte Bildsignal-Verarbeitung wird in Full 10 Bit Processing durchgeführt. Deshalb steht eine Palette von mehr als einer Milliarde Farben zur Verfügung. Die dargestellten Bilder überzeugen durch absolut homogene Farb- und Helligkeitsübergänge. Für den guten Ton sorgen vom Sound-Partner Onkyo entwickelte Slim Speaker neuester Version, die trotz geringer Gehäusemaße klaren, kraftvollen Sound abstrahlen. Mit dem SRS WOW Klangfilter lassen sich Raumklangeffekte simulieren. Die Anschlussvielfalt der XF-Modelle gewährleistet hohe Flexibilität. Besonderes Highlight sind drei HDMI-Anschlüsse der Version 1.3, die die Zuspaltung von 1.080p-Signalen in 50, 60 und 24 Hz unterstützen. Lip Sync überwacht die Synchronisation von Bild und Ton. Der Toshiba 40XF350P ist ab September im Handel erhältlich, der 46XF350P wird im Oktober eingeführt.

Wer zusätzlich einen integrierten DVB-T Tuner benutzen will, wählt die entsprechenden Modelle 40XF355D (verfügbar ab September) beziehungsweise 46XF355D (ab Oktober). Die Modelle präsentieren sich in edlem Klavierlack-Schwarz. Als Design-Highlight gibt es beide Modelle ohne DVB-T Tuner mit einer außergewöhnlichen roten Rahmenlackierung (40XF351P beziehungsweise 46XF351P). evo



Toshiba 42Z-3030: 42 Zoll mit Full HD 1.920 x 1.080 / 1.080p, Active Vision M100 (100 Hz), Full 10 Bit Processing, Film Judder Canceller, Pixel PROcessing V, Wide Colour Gamut, Onkyo Slim Speaker und 3x HDMI 1.3.



Besuchen Sie uns auf der IFA in Berlin, Halle 23b, vom 31.8. bis 5.9.2007.



KLAR, BIN ICH STOLZ AUF MEINE HERKUNFT UND MEINEN GUTEN NAMEN. ABER MAN MUSS AUCH SELBST ETWAS FÜR SICH TUN.

Ich bin ehrgeizig und habe mir gesagt, dass es das Leben leichter macht, wenn man zu den Besten gehört. Also habe ich mir die Grundig HD Evolution-Technologie reingezogen, die mit Motion Compensation für gestochen scharfe und ruckelfreie Bilder sorgt. Das hebt mich vom Mittelmaß ab. Und dann hat man mir noch eine verlängerte Garantie um 1 Jahr gegeben, meinen HD Evolution-Geschwistern auch.

Mehr Infos bei Ihrem Grundig Vertriebsberater oder unter www.grundig.de

Kaon Media startet durch



Das 2001 in Korea gegründete und weltweit operierende Unternehmen Kaon verfügt über eine eigene Entwicklungsabteilung mit 162 Mitarbeitern und betreibt Fertigungs-Anlagen in China und der Türkei, und seit Juni auch in Ungarn. Kaon unterhält eigene Vertriebsniederlassungen in den USA, China, der Türkei und Dubai.

Das 2001 in Korea gegründete Unternehmen Kaon Media war in den vergangenen Jahren ausschließlich als OEM-Anbieter und im Projektgeschäft aktiv und startete am 1. Februar dieses Jahres als Kaon Media Deutschland GmbH seine Vertriebsaktivitäten in Deutschland unter eigenem Markennamen. Das Europageschäft von Kaon Media wird der branchenerfahrene Vertriebsprofi Uwe Press (42) von München aus aufbauen und als Geschäftsführer leiten. Das Unternehmen zählt schon heute zu den weltweit entwicklungsstechnisch aktivsten und innovativsten Anbietern multimedialer Empfangsgeräte.

Schwerpunkte: SAT-TV, DVB und IPTV

Das aktuelle Hauptgeschäft von Kaon Media besteht aus der Entwicklung und Herstellung digitaler Receiver für digitales SAT-TV, Kabel-TV, DVB-T, HDTV (SAT und Kabel) und über das Internet steuerbare Web-Boxen. Für die zweite Jahreshälfte 2007 ist die Markteinführung IPTV-fähiger Hybrid-Boxen mit modularen DVB-S-, DVB-C- oder DVB-T-Empfangsteilen geplant. Das Entwicklungsteam von Kaon Media ist 162 Mitarbeiter stark. Im Jahr 2006 wurde ein Umsatz von 100 Mio. US\$ erwirtschaftet. Das Umsatzziel für 2007 liegt bei 250



Die Entavio-kompatible Set-Top-Box basiert auf der K-660 HD-Modellreihe und ist mit MPEG-4/H.264/AVC Kompressionsverfahren, zwei CI-Steckplätzen und HDMI-Anschluss ausgestattet. Die Box ist mit einer Bluetooth-Schnittstelle und dem Entschlüsselungssystem Nagravision ausgestattet und erfüllt sämtliche Spezifikationen der digitalen Plattform Entavio.

Mio. US\$. Kaon Media betreibt Fertigungs-Anlagen in China und der Türkei, und seit Juni dieses Jahres auch in Ungarn. Kaon Media operiert weltweit und unterhält eigene Vertriebsniederlassungen in den USA,



Neu in der Angebotspalette von Kaon Media ist ein 42-Zoll LCD-TV-Gerät mit Einschub-Festplatte, Kartenleser und nachrüstbaren Empfangsteilen für Satelliten-, terrestrisches- und Kabel-TV.

China, der Türkei und Dubai. Kaon Media wird mit einer kompletten Range von insgesamt 16 neuen Modellen (DVB-S/C/T), darunter vier HD-Receivern, auf dem deutschen Markt durchstarten. Zusätzlich geplant sind Receiver mit Blucom-Technologie, die auch alle Spezifikationen der digitalen Plattform „Entavio“ erfüllen, sowie IPTV-fähige Hybrid-Boxen mit modularen DVB-S-, DVB-C- und DVB-T-Empfangsteilen. Neu in der Angebotspalette ist unter anderem ein 42-Zoll LCD-TV-Gerät mit Einschub-Festplatte, Kartenleser und nachrüstbaren Empfangsteilen für Satelliten-, terrestrisches- und Kabel-TV. Je nach Marktlage soll das Angebot durch weitere Flach-TV-Geräte in anderen Größen erweitert werden.

Kaon Media HD-Receiver für Entavio

Wie Uwe Press, Geschäftsführer der neugegründeten Kaon Media Deutschland GmbH, mitteilt, wird das Unternehmen im vierten Quartal neben dem bereits bestehenden Receiver-Line-up auch einen HD-Receiver mit Blucom-Technologie auf den Markt bringen. Mit der Entscheidung für die Einführung dieses neuen Produkts reagiert Kaon Media auf die zwischen Premiere und anderen Programmanbietern mit SES Astra vereinbarte zukünftige Nutzung der digitalen Satellitenplattform Entavio für die Abstrahlung aller Programmangebote. Die

neue, Entavio-kompatible Set-Top-Box wird auf der K-660 HD-Modellreihe basieren, einem Gerät mit MPEG-4/H.264/AVC-Kompressionsverfahren, zwei CI-Steckplätzen und HDMI-Anschluss. Zusätzlich wird die Box mit einer Bluetooth-Schnittstelle und dem Entschlüsselungssystem Nagravision ausgestattet sein und sämtliche Spezifikationen der digitalen Plattform „Entavio“ erfüllen. Die eingesetzte interaktive Blucom-Technologie ermöglicht es dem Anwender, zahlreiche von den Sendern bereitgestellte Zusatzangebote auf dem Weg über die Set-Top-Box direkt auf seinem Handy zu empfangen. Um die drahtlose Kommunikation zwischen Handy und Receiver nutzen zu können, muss auch das Handy über Bluetooth verfügen und einen Blucom Browser installiert haben. Der Rückkanal wird per Handy, z. B. mittels SMS, geschaltet. Mit der Entwicklung dieses zukunfts-sicheren Receivers auf Basis der Entavio Satelliten-Plattform unter-



Hwa Seop Lim, CEO/Präsident Kaon Media, und Uwe Press, Geschäftsführer Kaon Media Deutschland GmbH.

streicht Kaon Media einmal mehr seine hohe technische Kompetenz und die Fähigkeit, frühzeitig auf neue, zukunfts-trächtige Technologien zu reagieren.

IPTV-fähige Media-Boxen von Kaon Media

Zusätzlich zu dem bereits bestehenden Receiver-Programm wird Kaon Media zwei IPTV-fähige Media-Boxen auf den Markt bringen (IPTV = Internet Protokoll TV). Die beiden neuen Modelle unterscheiden sich jeweils durch ihre integrierten, modular aufgebauten Empfangsteile für DVB-S/T und DVB-C. Beide Receiver sind mit einem MPEG-2- und einem MPEG-4/H.264/AVC-Decoder ausgerüstet und verfügen neben einer HDMI-Schnittstelle über einen USB-Anschluss-Port und über Scart- und S-Video-Anschlüsse. Durch die Ausstattung mit aktuellsten Decodern und universellen Schnittstellen wird gewährleistet, dass neben Programminhalten in den verbreiteten TV-Standards auch Sendungen in HD-Qualität empfangen werden können. Als Betriebssystem arbeiten die IPTV-Media-Boxen mit dem freien Multiplattform-Linux. Als Browser kommt ANT Fresco zum Einsatz, ein speziell für die Anforderungen des interaktiven Fernsehens konzipierter Browser. Der on Board befindliche Audio-Prozessor unterstützt die Audio-Formate Dolby Digital und Dolby Digital Plus sowie die Codiervverfahren AAC LC (Advanced Audio



In Erweiterung des bestehenden Receiver-Programms führt Kaon Media zwei IPTV-fähige Media-Boxen auf dem Markt ein (IPTV = Internet Protokoll TV). Die beiden Modelle unterscheiden sich durch ihre integrierten, aufgebauten Empfangsteile für DVB-S/T oder DVB-C und sind mit MPEG-2- und MPEG-4/H.264/AVC-Decoder und HDMI-Schnittstelle HDTV-tauglich.

Coding – Low Complexity) und AAC LC+SBR (Spectral Band Replication), eine Technologie zur Erweiterung der Audio-Bandbreite. Optional sind beide Receiver mit DRM (Digital Rights Management) und/oder allen gängigen Entschlüsselungs-Systemen erweiterbar. Voraussetzung für den TV-Empfang über das Internet ist allerdings ein schneller DSL-Kommunikationsanschluss mit einer Geschwindigkeit von mindestens 6 Megabit pro Sekunde. Um Sendungen in HD-Qualität empfangen zu können, sind Übertragungsraten bis zu 16 MBit (abhängig von der Kodierung) erforderlich. Je höher die Bitrate am Teilnehmeranschluss, desto mehr Programme und Dienste können gleichzeitig genutzt werden. Für den Konsumenten ist IPTV, wie



Für Aufbau und Leitung des Europa-Geschäfts von Kaon Media ist der branchenerfahrene Vertriebsprofi Uwe Press (42) als Geschäftsführer verantwortlich.

Uwe Press, Geschäftsführer Kaon Media Deutschland GmbH, erläutert, eine echte Alternative zu den bisher genutzten herkömmlichen Übertragungswegen wie Kabel und Satellit. Neben dem vielfältigen Programmangebot mit einer nahezu unbegrenzten Anzahl von zu empfangenden Kanälen, ermöglicht der Rückkanal die Nutzung von Filmabrufdiensten (Video-on-Demand) und eine Vielzahl interaktiver Services wie z. B. Shopping und Online-Spiele auf dem Fernsehdisplay. evo

SHARP

AUSGEZEICHNET.*



Der neue Full-HD AQUOS mit der exzellenten Bildauflösung bietet neben der 100 Hz-Technologie eine 160 GB große Festplatte. Sie erlaubt Ihnen auch HD-Programme komprimiert aufzuzeichnen. Dank der Timeshift-Funktion können Sie so Sendungen von Beginn an sehen, noch während diese weiter parallel aufgezeichnet werden. Vier integrierte Tuner, darunter zwei für den Satelliten-Empfang, sorgen für eine riesige Vielfalt an Programmen. www.sharp.de

*



AQUOS

IFA-Neuheiten von Pioneer

Produkte für Premium-Ansprüche

Pioneer setzt auf der IFA ganz klare Akzente mit hochwertigen Plasma-Fernsehern in Full HD-Auflösung. Blu-ray-Technologie ist ebenfalls ein wichtiges Thema auf dem Pioneer-Stand. Zudem richtet das Unternehmen seinen Home Entertainment-Bereich europaweit neu aus. Dabei spielt die Konzentration auf das Premium-Segment eine entscheidende Rolle.

Im Plasma-Bereich hat Pioneer seine im Frühsommer dieses Jahres vorgestellten Plasma-TVs der Kuro-Serie um neue Full HD-Modelle erweitert. Mit einem um 80 Prozent gesteigerten Schwarzwert und einem Kontrastverhältnis von bis zu 20.000:1 durchbricht Pioneer die Grenzen herkömmlicher Flat TVs.

Die Full HD-Einstiegsmodelle PDP-LX5080D und LX6080D sind mit HDMI 1.3 Anschluss mit CEC ausgestattet (einem Feature, mit dem mehrere Geräte gesteuert werden können). Zudem verfügen die Plasmas über ISF-Kalibrierung, USB 2.0 Eingang und Ambient Light Sensor zur automatischen kontinuierlichen Anpassung der Bildparameter an die Raumlichtverhältnisse. Der empfohlene Verkaufspreis für den 50 Zoll großen PDP-LX5080D lautet 4.899 Euro, der PDP-LX6080D, mit einer Bilddiagonale von 60 Zoll, hat eine UVP von 7.399 Euro.

Zu Pioneers Full HD Premium-Segment zählen die Modelle PDP-LX508D und PDP-LX608D. Die Geräte verfügen über ein neues Kuro Panel mit speziellem Elite Filter, der das Kontrastverhältnis nochmals steigert.

Zudem sind sie ebenfalls mit HDMI 1.3 mit CEC, ISF Kalibrierung und USB 2.0 Eingang ausgestattet. Der Ambient Light Sensor



„Pioneer ist nun mit einem sehr breiten Produktportfolio aufgestellt, das sowohl den Massenmarkt als auch den High-end-Markt bedient. Um den Anforderungen beider Märkte bestmöglich gerecht zu werden, teilen wir daher fortan unser Produktportfolio in drei Qualitätsklassen ein, die künftig exklusiv von bestimmten Händlern vermarktet werden“, so Maik Hildebrandt, Pressesprecher der Pioneer Electronics Deutschland GmbH.

sorgt auch bei den High-end-Plasmas für eine automatische kontinuierliche Anpassung der Bildparameter an die Raumlichtverhältnisse.

Die empfohlenen Verkaufspreise für Pioneers High-Tech-Plasma-TVs lauten: 5.199 Euro (PDP-LX508D – 50 Zoll) und 7.699 Euro (PDP-LX608D – 60 Zoll).

Im Juni 2007 hat Pioneer bereits die Plasma-TVs in den Größen 42, 50 und 60 Zoll als XGA-Version für 720p High Definition Wiedergabe ausgeliefert. Die neuen Full



Klarer und designorientierter Auftritt am Point of Sale. Pioneer ist es wichtig, die Hochwertigkeit der Produkte gezielt in Szene zu setzen. Die schlichten, aber hochwertigen Displays lassen die Produkte klar zur Geltung kommen und erlauben professionelle Demonstrationen.

HD-Plasma-TVs sind ab September lieferbar.

Neuer netzwerkfähiger Blu-ray-Player

Zur IFA präsentiert Pioneer den BDP-LX70A als erweiterte Version des BDP-LX70. Der BDP-LX70 ist über eine Ethernet-Schnittstelle kompatibel zu DLNA-zertifizierten Quellen (Digital Living Network



Als erweiterte Version des Modells BDP-LX70 ist Pioneers neuer Blu-ray-Player BDP-LX70A mit einer HDMI 1.3 CEC Schnittstelle ausgestattet und beherrscht somit die Ausgabe der neuen hochauflösenden Tonformate Dolby TrueHD und DTS-HD HR.

Alliance) und ermöglicht eine Anbindung in private Heimnetzwerke: So können komprimierte Audio-, Film- und Bildformate wie MPEG2, WMV9, WMA9 Pro, MP3 und JPEG aus einem IP-Heimnetzwerk von PCs oder Servern empfangen und über das Heimkino-System wiedergegeben werden.

Der BDP-LX70A gibt nicht nur Blu-ray-Discs, sondern auch alle am Markt verfügbaren PAL- und NTSC-DVDs sowie Audio-CDs wieder. Neben DLNA-zertifizierten Audio- und Videoquellen ist der BDP-LX70A auch kompatibel zum Windows Media Player 11 und bietet viele Möglichkeiten zur

direkten Wiedergabe von Multimedia-Dateien über einen PC.

Der BDP-LX70A ist mit einer HDMI 1.3 CEC Schnittstelle ausgestattet und beherrscht somit die Ausgabe der neuen, hochauflösenden Tonformate Dolby TrueHD und DTS-HD HR. Darüber hinaus unterstützt die 1.3 Schnittstelle die Deep Colour Wiedergabe für eine deutlich brillantere Farbdarstellung bei der Wiedergabe von HD Quellen mit entsprechendem Material. Alle Bauteile des BDP-LX70A wurden für höchste Leistung und einen störungsfreien Betrieb entworfen. Zusätzlich sind alle Elemente vom Hauptschaltkreis, über die Stromversorgung über das Blu-ray-Laufwerk, bis hin zu den Audio-Schaltkreisen einzeln abgeschirmt. Eine besonders hohe mechanische Stabilität für störungsfreies Abspielen garantiert das doppelt gelagerte Chassis.

Der neue BDP-LX70A ist ab Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 1.499 Euro.

Pioneer mit neuem Vertriebskonzept

Pioneer hat sein Vertriebskonzept im Bereich Home Entertainment für den europäischen Markt neu strukturiert. Das Unternehmen möchte sich nun noch mehr auf seine Premium-Partner konzentrieren.

„Pioneer ist nun mit einem sehr breiten Produktportfolio aufgestellt, das sowohl den Massenmarkt als auch den High-

end-Markt bedient. Um den Anforderungen beider Märkte bestmöglich gerecht zu werden, teilt Pioneer daher fortan sein Produktportfolio in drei Qualitätsklassen ein, welche zukünftig exklusiv von bestimmten Händlern vermarktet werden. Dabei kann sich jeder Händler für die Vermarktung einer oder mehrerer Produktklassen qualifizieren. Die Voraussetzungen sind jedoch klar definiert und fest im Vertrag verankert.

Da die Einführung der selektiven Distribution europaweit erfolgt, wird die Warenverfügbarkeit aller Pioneer-Produkte folglich nicht mehr uneingeschränkt bei jedem Händler gegeben sein. Auch Importware wird durch die selektive Distribution vollständig aus den bekannten Vertriebskanälen ausgeschlossen. Dies gibt dem Pioneer-Vertragshändler den entscheidenden Vorteil, bestimmte Produkte in seiner Region exklusiv vermarkten zu können, und Pioneer als Hersteller die Möglichkeit, mit maßgeschneiderten Vermarktungsmaßnahmen den Abverkauf der jeweiligen Qualitätsstufe zu unterstützen. Dazu gehören neben Anzeigen, Outdoor-Werbung und PoS-Werbemitteln ein hochwertiges Shop-in-Shop-System, lokale Händler-Events und bundesweite Road Show-Veranstaltungen für Endverbraucher, die vom regionalen Handel genutzt werden können“, so Maik Hildebrandt, Pressesprecher der Pioneer Electronics Deutschland GmbH. miz



Pioneer erweitert seine Kuro-Linie um neue Plasma-Full HD-TVs mit ausgefeilten technischen Features und Bilddiagonalen von 50 und 60 Zoll.

IFA-Auftritt mit Fokus auf Handelspartner

Sonys Welt der hochaufgelösten Bilder

Ob großformatige Full HD Bravia LCD-Fernseher, Blu-ray-Player, High-Definition-Camcorder, Cyber-shot-Digitalkameras mit High-Definition-Output oder Vaio-Notebooks mit integrierten Blu-ray-Laufwerken – bei Sonys diesjährigem IFA-Auftritt dreht sich alles um die HD World.

Gleich fünf neue Bravia Full HD LCD-TV-Serien präsentiert Sony pünktlich zur IFA. Mit 13 neuen Modellen in Größen von 40 bis 70 Zoll (102 bis 178 Zentimeter) Bildschirmdiagonale in unterschiedlichsten Designs bietet Sony so viel Auswahl in Full HD wie nie zuvor.

Die High-end-Modelle der X3500-Serie

Mit 1.080p Full HD-Auflösung, Bildschirmdiagonalen von 40, 46, 52 und 70 Zoll (102, 117, 132 sowie 178 Zentimeter) und einem edlen Design hebt sich die neue X3500-Serie mit einem Rahmen aus gebürstetem Aluminium von herkömmlichen LCD-TVs ab. Das 70-Zoll-Modell KDL-70X3500 ist der erste Bravia mit neuer Sony Triluminos LED-Hintergrundbeleuchtung – für kräftige und natürliche Farben. Alle weiteren Größen sind ebenfalls mit dem Feature Live Colour Creation für brillante und satte Farben ausgestattet, unterscheiden sich vom 70X3500 allerdings durch ihre konventionelle Hintergrundbeleuchtung mit erweitertem Farbraum (WCG-

CCFL). Die implementierte Bravia Engine Pro steuert das LCD mit 10 Bit Farbtiefe, somit kann es nach Angaben von Sony 400 Prozent mehr Farben darstellen als herkömmliche 8-Bit-Panels. Mit x.v.Colour unterstützen die neuen Top-Modelle auch den erweiterten Farbraum xvYCC. Da alle neuen Sony HD Camcorder ebenfalls mit x.v.Colour aufzeichnen können, wirken die selbsterstellten Videos auf den neuen Bravia Full HD-Fernsehern noch natürlicher. Motionflow +100Hz sorgt für eine flüssige Darstellung schneller Motivbewegungen auf dem Bildschirm. Wie alle neuen Sony Bravia LCD-TVs bietet auch die neue X3500-Serie die Möglichkeit, Hollywood-Filme mit 24 Bildern pro Sekunde (24p True Cinema) abzuspielen (vorausgesetzt, der Zuspäher unterstützt dieses Format). Optimal für den Heimkino-Genuss ist der über das Bildmenü wählbare Cinema-Modus, der zusammen mit Spezialisten von Sony Pictures erarbeitet wurde, um das heimische Seh-Erlebnis so realistisch wie im Kino zu gestalten. Für das einfache



Mit fünf neuen Bravia-Serien und insgesamt 13 neuen Modellen präsentiert Sony auf der IFA sein Full HD-Sortiment. Dabei wird vom High-end-TV bis zum Einsteiger-Modell für jeden Anspruch das passende Gerät geboten.

Zusammenspiel aller Sony Heimkino-Komponenten mit HDMI-Schnittstellen verfügen die X3500 über die Funktion Bravia Theatre Sync zur komfortablen Bedienung des gesamten Systems. Der Ton steht dem brillanten Bild in nichts nach. Der integrierte Digitalverstärker erzeugt mit S-Force Front Surround eine täuschend echte Mehrkanal-Akustik im Wohnzimmer. Die neue Funktion PhotoTV HD bietet erstmals diverse Einstellungsmöglichkeiten, um das Bild des Bravia perfekt auf die Darstellung von Fotos in High Definition zu optimieren. Zur Übertragung der Bilder sind die Modelle der 3500er-Serie zusätzlich mit einer USB-Schnittstelle bestückt. Neben einem analogen Tuner verfügt die X3500-Serie über ein DVB-T- und ein DVB-C-Empfangsteil (Funktionalität abhängig vom Kabelanbieter) sowie einen HDTV-Decoder. Das 40-Zoll-Modell der neuen X3500-Serie ist seit August lieferbar. UVP: 2.999 Euro. Der KDL-46X3500 (46 Zoll) kommt im September auf den Markt. UVP: 3.799 Euro.

Ab Oktober ist der KDL-52X3500 mit einer Bildhöhe von 52

Zoll lieferbar. Das Flaggschiff KDL-70X3500 mit der Bildhöhe von 70 Zoll kommt im Dezember auf den Markt. Der empfohlene Verkaufspreis stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Bravia X3000-Serie

Die X3000-Serie entspricht technisch den X3500-Modellen. Im gleichen Design gehalten, passen die beiden 40 und 46 Zoll großen Modelle mit ihren edlen, schwarzen Rahmen gut zu den

Sony Festplatten-DVD-Recordern, Home Cinema-Systemen und Audio-Komponenten. Zusätzlich, wie auch schon bei den Vorgängermodellen, sind optional farbige Wechselrahmen erhältlich.

Passend für jeden Stil und Geschmack gibt es die austauschbaren Rahmen in Gold, Beige, Violett (Mauve), Mokka und Rot.

Die Sony Bravia X3000-Serie ist ab November lieferbar. Der 40 Zoll große KDL-40X3000 soll 2.749 Euro kosten. Der



Verfügen die V2000-Modelle noch über ein Panel mit 1.366 x 768 Pixeln, erstrahlt das Bild der Nachfolger-Serie V3000 in voller 1.080p-Auflösung.

Sony gewinnt fünf EISA Awards

Bei der diesjährigen Vergabe der renommierten EISA Awards der European Imaging and Sound Association konnte Sony gleich fünf Auszeichnungen entgegennehmen. „Wir sind stolz darauf, Produkte zu entwickeln, die über ihre grundlegenden Funktionen hinaus auch einen emotionalen Wert für ihre Nutzer haben. Die in diesem Jahr prämierten Innovationen veranschaulichen, wie dieser ‚Sony Spirit‘ aussieht“, kommentiert Fujio Nishida, President Sony Europe. Sony wurde für den LCD-Fernseher Bravia KDL-40D3000 (European Green Television), den Projektor Bravia VPL-VW60 (European Video Projector), den Camcorder Handycam HDR-SR8E (European HD Camcorder) und das Navigationsgerät NV-U92T (European Portable Navigation) mit den EISA Awards 2007-2008 ausgezeichnet. Die PlayStation 3 war in der Kategorie „European Media Center“ erfolgreich.

empfohlene Verkaufspreis für den KDL-46X300 lautet 3.399 Euro.

Bravia W3000: Full HD-Klassiker in neuer Optik

Auch die Sony Bravia Full HD-Bestseller der W-Serie in 46 und 40 Zoll kommen im neuen Gewand mit aktuellsten Technologien. Das zeitlose Finish mit einem Displaygehäuse aus gebürstetem, schwarzem Metall setzt neue optische Akzente. Im Inneren arbeitet die Bravia Engine EX, die für Natürlichkeit und Brillanz der Bilder sowie für ein dynamisches Kontrastverhältnis von 16.000:1 sorgt. Bis auf Motionflow +100Hz und USB-Anschluss sind alle Features der X-Serie vorhanden. Der KDL-40W3000 (40 Zoll) ist ab September lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 2.399 Euro. Die ab Oktober lieferbaren Modelle KDL-46W3000 (46 Zoll) und KDL-52W3000 (52 Zoll) haben einen empfohlenen Verkaufspreis von 2.999 Euro bzw. 4.399 Euro.



Sonys neuer Blu-ray-Player BDP-S1

Bravia V3000-Serie mit höherer Auflösung

Die V3000-Serie erweitert das neue Sony Full HD Line-up. Verfügten die V2000-Modelle noch über ein Panel mit 1.366 x 768 Pixeln, erstrahlt das Bild der Nachfolger in voller 1.080p-Auflösung. Der klassisch schöne Rahmen – erstmals in schwarzem Klavierlack – kontrastiert das dank Bravia Engine und Live Colour Creation brillante Bild der neuen 40 und 46 Zoll großen Full HD-Geräte. Weitere Features der V3000-Serie: 24p True Cinema, Theatre Mode, PhotoTV HD, S-Force Front Surround und Bravia Theatre Sync. Beide Modelle sind ab Oktober lieferbar. Der KDL-40V3000 soll 1.949 Euro kosten und der KDL-46V3000 2.499 Euro.

Bravia T3500-Serie für den Full HD-Einstieg

Im beliebten Design der V2000-Serie zeigen sich die beiden neuen, 46 und 40 Zoll großen Sony Bravia Full HD-Einstiegsmodelle. Mit zwei HDMI-Schnittstellen bestückt, bieten die T3500-Modelle Full HD zum günstigen Preis. Für High Definition Kinogenuss sorgen die Bravia Engine, Virtual Dolby Surround und die BBE ViVA Sound-Technologie. Die ab Oktober lieferbaren Modelle haben empfohlene Verkaufspreise von 2.199 Euro (KDL-46T3500) und 1.599 Euro (KDL-40T3500)

Blu-ray-Player BDP-S1

Der High end Blu-ray-Player BDP-S1E erweitert das bisherige HD-Angebot von Sony. Der Player zeichnet sich insbesondere durch

Sony Bravia Theatre DAV-X10

Zur IFA 2007 präsentiert Sony eine weitere Heimkinoanlage, die mit puristischem Design und erstklassigem Surround-Sound überzeugt. Mit einer Gesamtleistung von 480 Watt und bester Bildqualität verspricht die DAV-X10 Film- und Musikgenuss pur. Dank Bravia Theatre Sync und der automatischen Lautsprecherkalibrierung steht einem schnellen und unkomplizierten Heimkinoerlebnis nichts im Wege. Der leistungsfähige und hochwertige 32 Bit S-Master Digitalverstärker des Heimkinosystems überzeugt mit insgesamt 480 Watt Leistung aus zwei ultra-kompakten Lautsprechern und dem Subwoofer. Die DAV-X10 ist voll gepackt mit benutzerfreundlichen Sony-Technologien, um sowohl die Einrichtung als auch den Betrieb der Anlage so einfach wie möglich zu gestalten. Wird die DAV-X10 mit einem HDMI-Kabel an einen Bravia HD ready LCD-Fernseher oder Heimprojektor angeschlossen, stehen die Funktionen des Bravia Theatre Sync zur Verfügung. Damit können alle neuen Sony Home Entertainment-Komponenten mit nur einem Knopfdruck bedient werden. Wird beispielsweise auf der Fernbedienung der DAV-X10 die Play-Taste gedrückt, schaltet sich der Fernseher automatisch ein, wählt den korrekten Eingang und fährt die Lautstärke der internen Lautsprecher zurück. Gleichzeitig wird die eingelegte DVD gestartet, das Kinovergnügen kann beginnen. Mit der Aus-Taste der Fernbedienung wird das System ebenfalls per Tastendruck komplett ausgeschaltet. Der in die DAV-X10 integrierte Up-scaler rechnet die Standardauflösung herkömmlicher DVDs in die High Definition-Auflösungen 720p oder 1.080i um und liefert das brillante Bild per HDMI an den Fernseher. Um die Kalibrierung des Systems so einfach wie möglich zu gestalten, werden alle erforderlichen Einstellungen von der Sony Digital Cinema Auto Calibration vorgenommen. Das mitgelieferte Mikrophon wird an die DAV-X10 angeschlossen und dort platziert, wo man normalerweise sitzt. Nach einem einzigen Knopfdruck richtet sich das System in nur 30 Sekunden automatisch ein. Die Anlage überprüft dabei die Position der Lautsprecher im Raum und stellt daraufhin optimale Surround-Parameter für die überzeugende Wiedergabe von Musik und Filmen ein. Die DAV-X10 verfügt auch über den Sony Digital Media Port, einen Eingang, an dem eine Dockingstation für den Empfang von Musik, die auf mobilen Geräten gespeichert ist oder über ein drahtloses Netzwerk an die Anlage gesendet wird, angeschlossen werden kann. Im Lieferumfang des Systems enthalten ist ein Digital Media Port-Adapter für die drahtlose Kommunikation per Bluetooth (TDM-BT1), der es ermöglicht, Musik von verschiedenen Bluetooth-Geräten wie zum Beispiel Sony Ericsson Walkman Mobiltelefonen oder dem Sony MP3-Walkman zu empfangen. Die optional erhältliche Digital Media Port Dockingstation TDM-NC1 hingegen verbindet das Home Entertainment System mit dem heimischen drahtlosen Netzwerk und überträgt die eigene Musik von einem Vaio-Notebook oder anderen Rechnern. Zusätzlich verfügt die Anlage über einen Portable Audio Enhancer, der den Klang komprimierter Musikdateien durch fortschrittliche Technologien aufwertet, damit diese in erstklassiger Qualität gehört werden können. Die DAV-X10 ist ab September lieferbar. UVP: 999 Euro



VRD-MC5 brennt Videos und Digitalfotos per Knopfdruck

Mit dem neuen DVD-Recorder VRD-MC5 ist es einfacher denn je, Heimvideos und Digitalfotos auf DVD zu brennen, um sie auf dem eigenen Fernseher, Home-Entertainment-System oder Computer anzuschauen. Der VRD-MC5 brennt Videoinhalte von praktisch jedem Camcorder – einschließlich aller Sony-Modelle mit Festplatte, DVD, DV- oder 8-Millimeter-Band – direkt auf DVD. Das neue Modell ist zudem der erste DVD-Direct-Recorder, der hochauflösende Aufnahmen in HD (1.080i) von einer High Definition-Handycam mit Memory Stick oder Festplatte ohne Qualitätseinbußen auf DVD brennt. Discs im hochauflösenden AVCHD-Format können auf einem PC,

einer PlayStation 3 oder einem kompatiblen Blu-ray-Player beziehungsweise Recorder wiedergegeben werden. Die Bedienung des Recorders ist kinderleicht, es wird weder ein PC noch eine komplizierte DVD-Authoring-Software benötigt. Jede Handycam kann direkt oder über die Handycam-Dockingstation an den Recorder angeschlossen werden. Der Sony VRD-MC5 erkennt die Eingangssignale der angeschlossenen Geräte automatisch. Die erforderlichen Bedienschritte können dabei auf dem 2,5 Zoll großen LC-Display bequem abgelesen werden. Zusätzlich kann das LCD auch als Monitor für die Vorschau von Video- und Standbildern genutzt werden. Aufnahmen von Handycam-Modellen mit Festplatte oder MemoryStick können durch einmaliges Drücken der Taste „Disc Burn“ am Camcorder oder einer Taste an der Dockingstation gestartet werden. Am VRD-MC5 selbst befindet sich ebenfalls eine Aufnahmetaste, mit der die Inhalte von Handycams mit DV-Band oder DVD per Knopfdruck gebrannt werden können. Großer Vorteil des MC5 ist seine bequeme Sicherungsfunktion für Camcorder mit Festplatte: User können zeitsparend ein vollständiges Backup erstellen, ohne immer den gesamten Inhalt ihres Camcorders auf DVD brennen zu müssen – es werden immer nur die neu hinzu gekommenen Szenen nachträglich gebrannt. Bei allen Festplatten- und Memory Stick-Modellen lassen sich außerdem gezielt einzelne Szenen oder die Aufnahmen eines bestimmten Tages auswählen. Exakt die Inhalte, die auf DVD gebrannt werden sollen, können mit den Funktionen „Scene Selection“, „Date Selection“ und „Playlist Dubbing“ ausgewählt werden. Fünf Aufnahmemodi mit unterschiedlichen Qualitätsstufen speichern bis zu 12 Stunden Video mit normaler Auflösung oder bis zu 2.000 Digitalfotos pro Disc auf 4,7 Gigabyte DVD+R/RW-Rohlingen und 8,5 Gigabyte DVD+R Double Layer-Discs (bei Nutzung der analogen und DV-Eingänge). Im AVCHD-Format können bis zu 95 Minuten hochauflösende Videoaufnahmen auf einer 4,7-Gigabyte DVD+R/RW gespeichert werden. Auch die Aufnahme von Dolby Digital 5.1 Surround-Sound ist möglich, die Bildformate 4:3 und 16:9 kompatibler Camcorder werden ebenfalls unterstützt. Der VRD-MC5 ist ab September lieferbar, UVP: 219 Euro.



seine Video Upscaling-Funktion aus: Neben der Wiedergabe von Filmen auf Blu-ray-Disc in der vollen HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, optimiert das Gerät das Bild von herkömmlichen DVDs und spielt die Filme in einer HD-Auflösung bis hin zu 1.080p ab. Der 24p-True-Cinema-Modus lässt Filme in der Original-Kino-Geschwindigkeit von 24 Bildern pro Sekunde ablaufen – vorausgesetzt, dass er an einen Fernseher angeschlossen ist, der den 24p-Modus unterstützt. Auch

überzeugt der BDP-S1E mit seinem guten Ton: Das Audiosignal wird nicht nur wie bei 5.1-Systemen über sechs Kanäle, sondern über bis zu acht Tonkanäle ausgegeben. Das Signal wird hierbei unkomprimiert über die HDMI-Schnittstelle des Players an das Soundsystem übertragen. Neben der Übertragung im 7.1 Linear PCM-Format unterstützt das Gerät auch die neuen High Definition Audio-Formate 5.1 Dolby True HD und Dolby Digital plus.

Interview mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH

„Qualität statt Quantität“

Sony hat sich in diesem Jahr zu einem IFA-Auftritt mit Fokus auf den Fachhandel bekannt. PoS-MAIL sprach mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, über die Ambitionen des Unternehmens auf der IFA und die strategische Ausrichtung in Sachen Handelsunterstützung.

PoS-MAIL: Herr Gerdes, welche Zielgruppen wollen Sie mit Ihrem Messeauftritt auf der IFA besonders ansprechen?

Manfred Gerdes: Unsere Ausrichtung auf der diesjährigen IFA ist ganz klar fachhandelsorientiert. Die Prioritätenliste lautet 1. Fachhandelspartner, 2. Fachhandelspartner, 3. Fachhandelspartner. Damit die Betreuung gewährleistet ist, haben wir unseren Außendienst ausgebaut und maßgeblich qualifiziert.

PoS-MAIL: Welche Neuheiten sind für Sie und den High-Tech-Fachhandel besonders wichtig?

Manfred Gerdes: High Definition ist das zentrale Thema des diesjährigen Sony-Auftritts auf der IFA. Dabei stehen unsere neuen Full HD Bravia LCD-TV-Modelle im Mittelpunkt. Blu-ray-Player, High Definition-

arbeiten, steht Sony Europe ganz konsequent hinter mir und meinem Team.

PoS-MAIL: Hat sich also die Position der Marke Sony im Consumer Electronics-Markt wieder verbessert?

Manfred Gerdes: Die Marke Sony war immer schon eine starke und erfolgreiche Marke und wird es auch bleiben. In Sachen Fachhandels-Politik wurden bei Sony in der Vergangenheit leider häufig Versprechen abgegeben, die nicht immer eingehalten wurden. Ich versichere Ihnen, dass ich in meiner jetzigen Position dafür die Verantwortung trage, Sony wieder zu einer starken Fachhandels-Marke zu führen, ohne auf halbem Weg einzuknicken.

PoS-MAIL: Welche Ziele haben Sie mittelfristig für Sony im Consumer Electronics-Markt?

Manfred Gerdes: Wie schon betont, spielt Qualität für uns eine größere Rolle als Quantität. Für Qualität brauchen wir allerdings Zeit. Partnerschaften müssen intensiviert und ausgebaut werden. Wir sind auf

Camcorder, Cyber-shot-Digitalkameras mit High Definition-Output oder Vaio-Notebooks mit integrierten Blu-ray-Laufwerken sind ebenfalls Produkt-Innovationen, die in Vorbereitung auf das kommende Weihnachtsgeschäft für den Fachhandel sehr interessant und wichtig sein werden.

PoS-MAIL: Sie haben in der letzten Zeit immer wieder die Neuausrichtung von Sony auf den High-Tech-Fachhandel betont. Wird diese Strategie vom Markt honoriert?

Manfred Gerdes: Das Feedback seitens der Kooperationen und unserer wichtigsten Fachhandelspartner ist bisher durchweg positiv. Allerdings spielt hier Geduld eine entscheidende Rolle. Qualität ist uns dabei wichtiger als Quantität. Bei den strategischen Neuausrichtungen, an denen wir ganz intensiv



einem sehr guten Weg und werden unsere Konsequenz unter Beweis stellen.

PoS-MAIL: Mit welchen Strategien wollen Sie dies erreichen?

Manfred Gerdes: Unsere oberste Priorität ist, das Geschäft mit starken Partnern weiter auszubauen und zu stabilisieren. Die IFA bildet dafür schon als eine der wichtigsten Weltmessen für Consumer Electronics einen sehr wichtigen Auftakt – auch für das kommende

Weihnachtsgeschäft. Mit unseren hochwertigen und innovativen Produkten wollen wir eine nachhaltig saubere Preispolitik für den Fachhandel umsetzen.

Darüber hinaus streben wir eine Struktur an, die sich in den GfK-Panels widerspiegelt und in der der Fachhandel eine große und stabile Rolle einnimmt.

POS-MAIL: Vielen Dank für das Gespräch.



Sony Bravia-Heimprojektoren der AW-Serie

High Definition im Großformat: Die Bravia AW-Serie bringt mit einem extrem hellen Bild und hohen dynamischen Kontrastverhältnissen von maximal 6.000:1 beziehungsweise 12.000:1 echtes Kinofeeling ins Wohnzimmer. Die Modelle mit einer nativen Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln sind HD ready, unterstützen bei entsprechender Signalzuspielung 1.080p und verfügen über den Sony 24p True Cinema-Modus. Zusammen mit der im Bundle und auch einzeln erhältlichen Sony Dynaclear Leinwand liefern die 1.300 ANSI-Lumen hellen Projektoren kontraststarke Bravia-Bildqualität auch bei Tageslicht. Zur Auswahl stehen das silberfarbene Einsteigermodell VPL-AW10 und das Topmodell

VPL-AW15 in Anthrazit. Viele Features sind bei beiden Modellen identisch, so zum Beispiel die native Auflösung von 1.280 x 720 Bildpunkten und die zahlreichen Eingänge einschließlich HDMI. Dadurch können beide Modelle an 1.080p HD-Quellen wie den Sony Blu-ray-Player BDP-S1 oder die PlayStation 3 angeschlossen werden.

Beide Modelle der Bravia AW-Serie unterstützen den Sony 24p True Cinema-Modus für die Wiedergabe eines Films in der originalen Anzeigefrequenz von 24 Bildern pro Sekunde, sofern die Bildquelle wie zum Beispiel ein Blu-ray Disc-Player diese Funktion ebenfalls unterstützt. Ruckelnde Bilder oder Verzerrungen des Soundtracks wie bei der herkömmlichen Kino-Digital-Umwandlung gehören somit endgültig der Vergangenheit an. Der Bravia VPL-AW15 verwendet speziell modifizierte LCDs, die verhindern, dass bei der Darstellung schwarzer Bilder Licht von der Lampe durch das LCD hindurchdringt. Außerdem sind beide Modelle mit einer dynamischen Irissteuerung ausgestattet, die den Kontrast in der Iris Szene für Szene anpasst. So ist sichergestellt, dass helle Szenen helle Weißtöne und dunkle Szenen sattes Schwarz bekommen.

Der VPL-AW15 arbeitet mit der neuesten Advanced Iris 2-Technologie und kann ein außergewöhnliches Kontrastverhältnis von bis zu 12.000:1 erzeugen. Der VPL-AW15 verfügt außerdem über eine Lens-Shift-Funktion, mit der das Bild in der Breite um bis zu einem Viertel und in der Höhe um mehr als die Hälfte verschoben werden kann. Zudem sind beide Modelle der Serie mit unauffällig leisen Lüftern ausgestattet, so dass sie mit lediglich 20 Dezibel zu den geräuschärmsten ihrer Klasse gehören.

Beide Modelle können auf begrenztem Raum große Bilder projizieren (80 Zoll entsprechend 2,03 Meter Bild diagonale bei einem Abstand von lediglich 2,30 Metern), was die Installation im Wohnzimmer deutlich vereinfacht.

Die Projektoren sind seit Juli lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis für den VPL-AW10 lautet 999 Euro und für den VPL-AW15 1.399 Euro. Im Paket mit der Leinwand Dynaclear VPS-80DS beträgt der Aufpreis 400 Euro je Modell.



Neues Shop-in-Shop-System

STARKE PRÄSENZ

Mit einem neuartigen Shop-in-Shop-System zeigt Sony auf der IFA das Herzstück seiner neuen PoS-Strategie. Komplett modular aufgebaut, ergänzt das System die bereits eingesetzten Sony Kategorie-, Zweit- und Regalplatzierungen im Handel. Die einheitliche, hochwertige Ausstattung des gesamten Systems unterstützt die Premium-Positionierung der Sony Highlight-Produkte in ausgewählten Shops und garantiert eine verbraucherorientierte Produkt-Inszenierung sowohl im Fachhandel als auch auf der Großfläche.

Mit einer neuen, umfassenden PoS-Strategie bezieht Sony auf seinem exklusiv für Handelspartner reservierten Stand Stellung. Das neue Shop-in-Shop-System wurde speziell für Eingangsbereiche stark frequentierter Outlets konzipiert, die sich hinsichtlich Flächen- und Geschäftspotential für dieses Programm qualifizieren. Es verlangt eine exklusive Platzierung auf etwa 25 Quadratmetern, ist jedoch nicht an einen bestimmten Vertriebskanal gebunden – im Fokus stehen sowohl Märkte und Ladengeschäfte der Fachhandels-Kooperationen als auch Großflächenmärkte. Bis zum Ende des Geschäftsjahres im März 2008 sollen mindestens 75 Shop-in-Shop-Systeme im Handel installiert werden.

Klare Botschaft für Handel und Endkunden

Oliver Kaltner, Divisional Marketing Director Consumer Electronics & IT der Sony Deutschland GmbH: „Mit unseren einzigartigen, hochqualitativen, umfassenden und pragmatischen Präsentationen im Handel in Kombination mit der begleitenden Betreuung durch die ausgezeichnet geschulten Sony Sales Assistants geben wir unseren Partnern den bestmöglichen Support direkt auf deren Flächen.“

Wir haben in den letzten Monaten massive Bemühungen unternommen, ältere PoS-Möbel aus dem Handel abzuziehen. Der nächste Schritt liegt nun darin, dominant in neue PoS-Möbelprogramme zu



Sonys neue Shop-in-Shop-Systeme sollen der hochwertigen Präsentation von Sony als Premium-Marke und Digital Entertainment Brand Nr. 1 dienen. Der Präsentations-Schwerpunkt liegt dabei auf den Produkten und Anwendungen der Sony High Definition World. In drei Modulen wird unter dem Sony United-Ansatz die gesamte Bandbreite des Konzerns an HD Consumer Electronics von der High Definition-Handycam über HD Cyber-shot-Digitalkameras, Bravia Full HD LCD-Fernseher und Blu-ray-Playern bis hin zu Vaio-Notebooks und Media-Center-PCs mit integrierten Blu-ray Disc-Laufwerken und der PlayStation 3 präsentiert.

investieren, um unseren Premium-Beratungs-, Verkaufs- und Serviceanspruch in der deutschen Handelslandschaft deutlich zu

machen. Unser anspruchsvolles PoS-Konzept bildet die Grundlage für ein gemeinsames erfolgreiches Agieren mit unseren Handelspartnern im Markt und unterstützt den Handel, die hochwertigen Sony Premium-Produkte kategorienübergreifend zu marktgerechten Preisen, mit attraktiven Margen und klaren Botschaften an die Konsumenten zu verkaufen.“

Für alle Produktgruppen

Ziel der neuen Shop-in-Shop-Systeme ist die hochwertige Präsentation von Sony als Premium Marke und Digital Entertainment Brand Nr. 1. Der Präsentations-Schwerpunkt liegt dabei auf den Produkten und Anwendungen der Sony High Definition World. In drei Modulen wird unter dem Sony United-Ansatz die gesamte Bandbreite des Konzerns an HD Consumer Electronics von der High Definition-Handycam über HD Cyber-shot-Digitalkameras, Bravia Full HD LCD-Fernseher und Blu-ray-Player bis hin zu Vaio-Notebooks und Media-Center-PCs mit integrierten Blu-ray Disc-Laufwerken und der PlayStation 3 abgebildet. Zusätzlich bietet das Shop-in-Shop-System

Raum für die wirksame HD Content Präsentation wie zum Beispiel Blockbuster von Sony Pictures Home Entertainment, Sony BMG Musikvideos und Sony Computer Entertainment Games in High Definition auf Blu-ray-Discs.

Weiterer zentraler Bestandteil der Platzierungen ist ein Modul zu Sonys „Release your Music“-Konzept. Schwerpunkt ist der drahtlose Transfer von Musik via Bluetooth mit Produkten wie zum Beispiel dem Walkman NWA-800, Kopfhörern, der Giga Juke und Sony Ericsson Walkman Mobiltelefonen.

Ergänzend zu seinen neuen Shop-in-Shop-Systemen bietet Sony eine attraktive Ausstattung für Kategoriepräsentationen wie zum Beispiel eine Bravia und eine Vaio Experience. Diese Subbrand-Flächen sind hinsichtlich des Designs und der Funktionalität komplett einheitlich gestaltet und sorgen für eine hohe Marken-Wiedererkennung.

Auch künftige Produkt-Zweitplatzierungen sowie innovative Lösungen bei der Erstplatzierung am Regal werden dem neuen Sony PoS-Auftritt folgen.



Sonys neue Shop-in-Shop-System wurde speziell für Eingangsbereiche stark frequentierter Outlets konzipiert, die sich hinsichtlich Flächen- und Geschäftspotential für dieses Programm qualifizieren. Bis zum Ende des Geschäftsjahres im März 2008 sollen mindestens 75 Shop-in-Shop-Systeme im Handel installiert werden. Das System verlangt eine Grundfläche von 25 Quadratmetern.

Training für den Handel nach Maß

SONY ACADEMY

Die sich schnell verändernde Welt der Kommunikations- und Unterhaltungselektronik stellt den Fachverkäufer im Handel vor immer größere Herausforderungen. Produktvielfalt und zunehmend kürzere Produktzyklen machen eine kontinuierliche, persönliche Qualifikation durch geeignetes Training unabdingbar. Die Sony Academy bietet eine Vielzahl exakt auf die Bedürfnisse des Handels abgestimmter Trainings-Instrumente.

Optimale Schulungsprogramme verbessern die fachliche Qualifikation des Handels und sorgen für gesteigerte Beratungskompetenz.

Neue Technologien, zunehmend konvergente Produkte und immer neue Features machen es dem Kunden schwer, Produktvorteile oder das Produktgruppen übergreifende Zusammenspiel zu erkennen und danach seine persönliche Kaufentscheidung zu treffen. Im Handel hingegen führen dünne Personalbestände und zunehmend flexiblere Arbeitszeiten zu sehr heterogenen Verkäufergruppen in bezug auf ihren Kenntnisstand. Daraus resultiert eine große Herausforderung für die Industriepartner, durch individuelle Lösungen eine effiziente Betreuung sicherzustellen. Die vor mehr als zehn Jahren ins Leben gerufene Sony Academy wird diesem Anspruch in allen Facetten gerecht und bietet dem Handel ein umfassendes sowie individualisiertes Portfolio von Trainingsleistungen und unterstützt damit die individuellen Lernmethoden der einzelnen Fachverkäufer.

Class Room Training

Eine wichtige Komponente des Academy Schulungspaketes ist

das klassische Präsenztraining im Klassenraum. Diese Halbtages-beziehungswise Tages-Maßnahmen finden in erster Linie direkt in den Räumlichkeiten des Handels statt, da diesem hierdurch in der Regel keine Ausfallzeiten oder Kosten durch Reisetätigkeit der Mitarbeiter entstehen. Die Class Room Trainings umfassen in der Regel mehrere Themenblöcke und eignen sich insbesondere für intensive Workshops unter umfangreicher Einbindung neuer Produkte.

Academy Mobil

Eine interessante Variante des Präsenz-Trainings ist die Schulung direkt am PoS. Der Sony-Trainer besucht den Händler nach vorheriger Termin-Absprache und schult die Angestellten direkt auf der Verkaufsfläche – optimal, um den kompletten, in Frage kommenden Mitarbeiterstamm in kleineren Gruppen weiterzubilden. Die Sony Academy Mobil hat meist ein spezifisches Thema zum Inhalt und nimmt nur etwa 60 bis 90 Minuten in Anspruch.

Online Academy

Das Internet gewinnt auch als Schulungsplattform zunehmend an Bedeutung, denn Online-Trainings ermöglichen eine zeitlich

höchst flexible Weiterbildung des Personals und damit ein optimales Zeitmanagement der Schulungsteilnehmer. Sony bietet im Rahmen der Online Academy zwei interessante Varianten: das autodidaktische Training und ein Präsenztraining im virtuellen Klassenraum.

Alle interaktiven Schulungseinheiten stellen durch einen abschließenden Fragebogen den Lernerfolg sicher. Bei offenen Fragen steigt der Teilnehmer einfach wieder in das entsprechende Kapitel ein.

Das Sony Online Academy Training im virtuellen Klassenraum

via TrainNet ist die neueste Variante des Online Trainings. Mit der Software TrainNet können virtuelle Live-Schulungen geplant, organisiert und durchgeführt werden.

Diese Weiterbildungen sind vergleichbar mit dem klassischen Präsenz-Training, das ebenfalls

Sony präsentiert HD Video Walkman

Sony stellt mit dem HD Video Walkman eine professionelle Lösung für die mobile Wiedergabe von HDV- und DV-Kassetten vor. Der GV-HD700 spielt Videos in brillanter Qualität auf einem 7-Zoll-LC-Display ab und nutzt dazu die Formate HDV1080i und DV (SP/LP).



und nutzt dazu die Formate HDV1080i und DV (SP/LP).

Der neue HD Video Walkman hat zahlreiche Anschlüsse für die Aufzeichnung und Wiedergabe von HDV1080i- und DV-Videos. Über den HDMI-Ausgang lassen sich HD-Videos auf HD-fähigen TV-Geräten oder Monitoren anzeigen und in hochauflösender Qualität genießen.

Um die Handhabung des GV-HD700 komfortabler zu gestalten, lassen sich drei der vierzehn am häufigsten verwendeten Funktionen (einschließlich Suche, Setzen von Indexmarken und Zoom bei der Wiedergabe) individuellen Funktionstasten zuweisen. Darüber hinaus ist ein Status Check-Modus verfügbar, der die wichtigsten Einstellungen

für den Audio-Ausgang, Tastenbelegung und LCD-Voreinstellungen zeigt. Der GV-HD700 kann mit InfoLITHIUM-Akkus der Serien L und M verwendet werden. Im Lieferumfang enthalten sind ein Netzteil, eine drahtlose Fernbedienung, ein Komponenten-Kabel und ein AV-Multi-Kabel (ohne S-Video).

Der GV-HD700 ist der erste Video Walkman, der die x.v.Colour-Technologie unterstützt. Basierend auf dem neuen Industriestandard xvYCC wird mit x.v.Colour der Bereich der auf einem xvYCC-kompatiblen Display reproduzierbaren Farben nahezu verdoppelt. HDV-Aufnahmen mit x.v.Colour können über den HDMI- und i.LINK-Ausgang übertragen werden. x.v.Colour-Signale lassen sich auch über den i.LINK-Ausgang einlesen und werden dann zur Ausgabe an den HDMI-Ausgang weitergeleitet.

Neben dem HDMI-Ausgang steht ein separater HD/SD-Komponentenausgang zur Verfügung. Über i.LINK ist die direkte Aufnahme und Wiedergabe von HDV- und DV-Signalen möglich. Analoge Video- und Audiosignale werden über den S-Video- und die Cinch-Anschlüsse übertragen. Außerdem können Standbilder während der Wiedergabe vom Band (HDV oder DV) auf dem Memory Stick gespeichert werden.



Der GV-HD700 ist ab September lieferbar. Die UVP lautet 1.500 Euro.



„Mit der Sony Academy bieten wir ein in der Handelslandschaft einzigartiges Portfolio zur individuellen Betreuung unserer Geschäftspartner und deren Angestellten“, fasst Oliver Kaltner, Divisional Marketing Director Consumer Electronics & IT der Sony Deutschland GmbH, die vielfältigen Schulungsaktivitäten der Digital Entertainment Brand Sony auf dem deutschen Markt zusammen.

zu fest vorgegebenen Zeiten stattfindet.

Im virtuellen Raum treffen sich Trainer und Teilnehmer im Internet und gestalten den gemeinsamen Live-Unterricht zu einem vorgegebenen Thema.

Offline Training

Oftmals scheitert das freiwillige Lernen an der fehlenden Infrastruktur, da zum Beispiel ein passender Arbeitsplatz oder der Internet-Zugang fehlt. Hier hilft die klassische CD-ROM weiter. Alle verfügbaren interaktiven Flash-Module stehen alternativ auch auf CD-ROM zu Verfügung. Auch dieses Medium bietet ergänzend für jedes Modul einen Fragebogen zur individuellen Lernerfolgskontrolle.

Schulungen für Endanwender

Auch die Endkonsumenten werden von der Sony Academy betreut. Der Fachhändler ist in diesem Projekt der eigentliche Organisator und Gastgeber. Sony operiert als Partner und stellt den kompetenten Trainer sowie alle erforderlichen Arbeitsmittel. Die angebotenen Schulungen sind sowohl für Kunden gedacht, die bereits ein Produkt erworben haben und eine erste Einführung benötigen, als auch für Kaufinteressierte, die Unterstützung für eine noch anstehende Kaufentscheidung benötigen. Beide Zielgruppen lassen sich mit der geeigneten Seminarstruktur der Sony Academy ideal betreuen. „Mit der Sony Academy bieten

wir ein in der Handelslandschaft einzigartiges Portfolio zur individuellen Betreuung unserer Geschäftspartner und deren Angestellten“, fasst Oliver Kaltner, Divisional Marketing Director Consumer Electronics & IT der Sony Deutschland GmbH, die vielfältigen Schulungsaktivitäten der Digital Entertainment Brand Sony auf dem deutschen Markt zusammen.

„Unser über Jahre gewachsenes und immer wieder neuen Bedürfnissen angepasstes Schulungsangebot sowie die daraus gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse helfen uns, das Angebot für Handel und Endkonsumenten konsequent zu erweitern und noch zielgruppengerechter zu gestalten“, so Kaltner.

Gewinner des

Sony Fotowettbewerbs „Berliner Alpha-Tiere“

Vom 26. Juni bis 1. Juli 2007 begeisterte Sony Tausende Besucher im Rahmen einer Ausstellung rund um das Thema „Berliner Alpha-Tiere“. Am parallelen Fotowettbewerb nahmen fast 300 Foto-Enthusiasten teil und hofften auf den Hauptgewinn: ein hochwertiges Produktpaket und eine eigene Ausstellung. Die Jury hat ihr Urteil getroffen, die Gewinnerbilder stehen fest: ein Mädchen mit Tischtennisschläger, ein Parkdeck und ein Küken. Gewinnerin ist Benja Weller aus Berlin. Sie setzte sich mit ihrem Bild „Mädchen mit Tischtennisschläger“ gegen alle anderen Teilnehmer durch. Platz zwei belegt die in Versailles geborene Berliner Fotografin Amélie Losier mit ihrem Bild „Pause auf dem Parkdeck“. Dieses Bild zeigt Berlin als eine Stadt, die von Umbruch und Improvisation geprägt ist und überzeugte die Jury aufgrund der Gelassenheit des Portraitierten. Der dritte Preis geht an den Foto-Designer Robin Kirchner, der noch in diesem Jahr sein Fotografie-Studium in Leipzig beginnt. Sein Bild „Als Küken durch den Plattenbau“ wurde von der Jury insbesondere wegen der subtilen Art und Weise, wie es die alltägliche Anonymität des Großstadtlebens interpretiert, gewürdigt.

Sonys neue Vaio FZ-Serie

Mobiler Blu-ray-Brenner mit Notebook

Mit der FZ-Serie präsentiert Sony die ersten auf der gerade vorgestellten Intel Centrino Core 2 Duo T7300 Technologie basierenden Notebooks. Trotz 15,4-Zoll X-Black LCD-Panels mit Sony Bravia-Technologie bleiben die Abmessungen der FZ-Modelle so kompakt, dass sie in die meisten 14,1-Zoll-Notebooktaschen passen.

In das Top-Modell VGN-FZ11Z wurde, erstmals bei dieser Display-Größe, ein Blu-ray-Laufwerk mit Brennerfunktion integriert. Den hervorragenden Bild- und Display-Eigenschaften haben Sonys Entwicklungsingenieure höchste Priorität zugewiesen: Wie bei einer Befragung von mehr als 30.000 Nutzern der Vaio FE-Serie ermittelt wurde, zählen die Bildeigenschaften zu den entscheidenden Kriterien bei der Kaufentscheidung für ein Consumer-Notebook. Für die Vaio FZ-Serie wurde das bewährte Widescreen X-Black LCD-Panel weiter verbessert: Der Einsatz neuentwickelter Backlight Units, wie sie auch bei Sony Bravia LCD-TVs verwendet werden, ermöglicht die Darstellung eines spürbar erweiterten Farbraums. Dadurch wird eine bisher unerreichte Farbvielfalt erzielt. Das Resultat sind farbstarke und kontrastreiche Bilder mit hoher Leuchtkraft und realistischer

Natürlichkeit. Bei der FZ-Serie verbinden sich hohe Funktionalität und exklusives Design zu perfekter Harmonie.

Sich Musik anzuhören oder Filme anzusehen, ist einfach und komfortabel: Über spezielle AV-Buttons an der Notebook-Front wird Unterhaltung auf Knopfdruck abgerufen. Überzeugend ist auch

das Design der FZ-Vaios: Das für starke mechanische Beanspruchungen aus Magnesium-Legierung mit hoher Festigkeit hergestellte Chassis wirkt mit seinem schwarz-silbernen Finish trotzdem leicht und elegant. Die Ausstattung lässt keine Wünsche offen. Von der gekonnt im Display-Rahmen integrierten Webcam bis

Leistungsstark und farbenfroh – die Sony Vaio CR-Reihe

Die Notebooks der Vaio CR-Serie mit 17-Zoll-Displays sind in fünf attraktiven Farben erhältlich: „Blazing Red“, „Indigo Blue“, „Pure White“, „Luxury Pink“ und klassisches Schwarz. Der Sony-Philosophie folgend, haben die Modelle der CR-Reihe sämtliche Eigenschaften eines begehrten Accessoires für mode- und trendbewusste junge Menschen. Im hochwertigen Design der mobilen Rechner spiegelt sich, laut Sony, der Ausdruck eines neuen urbanen Gefühls wider. Design und die Farbvariationen wurden von Sony-Ingenieuren und von führenden Stylisten entwickelt. Angenehm zu berührende Oberflächen, glänzende Beschichtungen und makelloses Finish vermitteln das Flair von Designer-Stücken. Die perfekten Notebook-Taschen aus Leder und Nylon wurden in Zusammenarbeit mit dem Mode-Label Mandarina Duck entwickelt und lassen sich durch farblich passende Mäuse, Mouse-Pads und Wallpapers für das Display ergänzen. Mit der AV-Mode-Funktion kann man auf Knopfdruck Bilder, Musik und Filme genießen, ohne Windows Vista starten zu müssen. Die UVPs betragen: VGN-CR11Z/R (Blazing Red): 1.499,- Euro / VGN-CR11S/W, S/P, S/L (Pure White, Luxury Pink, Indigo Blue): 1.299,- Euro / VGN-CR19VN/B (Black): 1.499,- Euro / VGN-CR19XN/B (Black): 1.299,- Euro.



hin zu drei USB 2.0 Ports erschließt sich dem Anwender die volle Palette universeller Nutzungsmöglichkeiten.

Technische Daten: der Vaio FZ-Serie

Mit zwei GB RAM steht der Intel Centrino Core 2 Duo T7300 Technologie die erforderliche Hauptspeichergröße zur Entfaltung der vollen Performance zur Verfügung. Mit der FZ-Serie wird die bisher nur bei 17-Zoll-Modellen verfügbare Blu-ray-Technologie auch in der 15,5-Zoll-Klasse verfügbar. Beim Top-Modell VGN-FZ11Z der Reihe verfügt das integrierte Laufwerk neben der Fähigkeit zum Abspielen von Blu-ray-Inhalten auch über die Funktion zum Aufnehmen hochauflösender BD-Inhalte. Die integrierte HDMI-Schnittstelle ermöglicht den Anschluss von HD ready und

Full-HD TV-Geräten. Die Grafiklösung besteht aus einer NVIDIA GeForce 8400M GT Grafikkarte mit 256 MB Video-RAM für hohe 3D-Performance und unterstützt hardwareseitiges Decoding von High Definition Material. Beeindruckend ist die Full HD-Wiedergabequalität in 1.080p mit sehr hohen Bit-Raten. Je nach Modell kommen die Intel Core 2 Duo Prozessoren T7100 oder T7300, ein oder zwei Gigabyte SDRAM und Festplatten mit bis zu 200 GB zum Einsatz.

Als Betriebssystem der vier Consumer-Modelle ist Windows Vista Home Premium installiert. Die UVPs der fünf lieferbaren Modelle betragen: VGN-FZ11Z: 1.999,- Euro/VGN-FZ11S: 1.399,- Euro/VGN-FZ18M: 1.299,- Euro/VGN-FZ18E: 1.199,- Euro/VGN-FZ19VN (Business Vaio PRO): 1.299,- Euro.

evo

Sony aus der Sicht des Fachhandels:

PoS-MAIL hat Fachhandelspartner und Fachhandels-Kooperationen nach ihrer Ansicht zu den Marketing-Strategien von Sony gefragt. Dabei wurden folgende Fragen gestellt:

Frage 1: Sony hat sich in der letzten Zeit verstärkt darum bemüht, mit Produkten und Marketingaktivitäten den Führungsanspruch des Unternehmens in der digitalen Unterhaltungselektronik zu unterstreichen. Wird die aktuelle Gerätepalette von Sony Ihrer Meinung nach diesem Anspruch gerecht?

Frage 2: Sony Geschäftsführer Manfred Gerdes will sich verstärkt auf den qualifizierten Fachhandel konzentrieren. Spiegeln die Marktrealitäten aus Ihrer Sicht diese Aussagen wider?

Frage 3: Sind Sie mit der Unterstützung durch Sony (Außendienst, PoS-Maßnahmen, Schulung, Werbung und Service) zufrieden?

Frage 4: Wie stehen Sony-Produkte im Preiswettbewerb da? Sind die Preisempfehlungen realistisch?

Frage 5: Welche Bedeutung hat die Marke Sony unter diesen Gesichtspunkten insgesamt für Ihr Geschäft?



**Volker Müller,
Geschäftsführer
expert GmbH**

1) Sony hat sich in der letzten Zeit erkennbar im Line-up verbessert. Speziell im TV- und Digital-Kamera-Sortiment sind diese Verbesserungen deutlich zu erkennen. Natürlich ist es noch ein Weg dahin, an die „alten“ Produktstärken anzuschließen, aber ich denke, wir können optimistisch in die Zukunft blicken.

2) Mittlerweile kann man anhand der Fakten auch die getroffenen Aussagen mit positivem Resultat überprüfen. Sony ist im Vergleich zu so manchem Mitbewerber preisstabiler und für den Fachhandel im Marktverhalten „kalkulierbarer“ geworden.

3) Grundsätzlich ist das Paket stimmig. Allerdings sollte Sony den Fachhandel durch eine Service-Autorisierung speziell im Flat-TV-Bereich besser berücksichtigen.

4) Mit Sony kann und sollte man auch nicht die Tiefstpreislage im Markensegment belegen. Die derzeit belegten Preislagen lassen sich hervorragend durchverkaufen.

5) Im Hinblick auf die vorgenannten Punkte kann ich nur bestätigen, dass Sony bei expert wieder sehr gut Fuß fasst und sich kontinuierlich positiv entwickelt.



**Dirk Wittmer,
Geschäftsführer
Johann & Wittmer GmbH**

1) Unser Unternehmen konnte besonders im letzten Jahr fest-

stellen, dass sich Sony Deutschland wieder zu einem unserer bedeutendsten Lieferanten für Unterhaltungselektronik und besonders im Bereich Digital Foto und Camcorder entwickelt hat. Insgesamt sehen wir Sony wieder als führend in diesen Bereichen an. Ebenfalls ist die LCD-TV-Range so umfangreich wie noch nie, und besonders unsere Kunden spricht das exklusive Design und vor allem die hervorragende Bildqualität an. Bei unseren Kunden spielt auch der Umweltfaktor eine große Rolle. So können z. B. TV-Geräte von Sony komplett vom Netz getrennt werden. Wegen der Kostenersparnis und der Einsparung von Energieressourcen ist das ein wichtiges Argument bei der Beratung. Durch geringe Ausfallquoten und einen optimierten Kundenservice ist Sony nicht nur ein zuverlässiger Partner für Händler, sondern gleichzeitig einer der beliebtesten Markenhersteller für unsere Konsumenten geworden.

2) Auch in diesen Bereichen konnten wir eine erhebliche Verbesserung feststellen. Wir erhalten als Fachhändler spezielle Angebote für unseren Absatzkanal der Verbundgruppenmitglieder. Besonders bei dem Verkaufsteam von Johann+Wittmer sind die durchweg positiven Handelsspannen beliebt. Durch die hohen Lagerumschlagsgeschwindigkeiten von überwiegend allen angebotenen Produktgruppen sowie der zwei bis fünf Prozent besseren Spannenentwicklung je nach Produktgruppe in diesem Jahr, konnte Sony bei unseren Verkäufern punkten. Innovative Produkte von Sony können unseren Kunden auch sofort in unserer Shop-in-Shop-Lösung präsentiert werden. Die spezifisch auf die Bedürfnisse des Handels ausgerichteten Änderungen können je nach Bedarf vorgenommen und angepasst werden.

3) Insgesamt sind wir mit allen unterstützenden Maßnahmen von Sony hochzufrieden. Die Abverkaufsunterstützung ist von Sony durch die langjährige Erfahrung stets optimiert worden. Eine faire Basisregelung sowie Promotion am PoS sind hierbei nur beispielhaft genannt und zeigen Sony als kompetenten Handelspartner. Besonders hervorzuheben sei noch das Sony-Dealernet, das dem Verkäufer eine internetbasierte Plattform bietet, um Ware schnellstmöglich zu bestellen,

Rückstände aufzulisten und die Anlieferungstermine ständig im Blick zu haben.

4) Wir konnten in der letzten Zeit feststellen, dass die Cityverkaufspreise realistisch erzielbar sind und Internetstörungen wesentlich verringert worden sind. Allgemein ist heute Sony ein interessanter Handelspartner, und bei unserem Verkaufsteam von Johann+Wittmer sind vor allem die durchweg positiven Handelsspannen beliebt.

5) Abschließend können wir sagen, dass sich Sony wieder zu einem Top-Lieferanten entwickelt hat und uns als Fachhändler die Möglichkeit bietet, dem Konsumenten die gesamte Produktpalette – wirklich aller multimedialer Bereiche – anzubieten. Ob Navigation, Carhifi, Handy oder Spielekonsolen, Computer, Audio, TV, Digital Foto und Camcorder: Sony bietet als Vollsortimenter dem Kunden sowie dem Händler ein breites Spektrum multimedialer Anwendungen und konnte daher in den letzten Jahren seine Stellung als A-Lieferant in unserem Unternehmen behaupten.



**Dirk Bening,
Geschäftsführer expert
Bening GmbH & Co. KG**

1) Das aktuelle Line-up rechtfertigt einen guten Platz unter den A-Marken der UE-Branche.

2) Veränderungen zugunsten des qualifizierten Fachhandels sind – speziell bei höherwertigen Produkten – erkennbar.

3) Im Vergleich zu anderen A-Marken ist die Unterstützung noch ausbaufähig. Verbesserungen sind hier bisher nur ansatzweise erkennbar.

4) Eine konsequentere Umsetzung der Vertriebskonzepte und ver-

besserte Preispflege sind im Markt spürbar.

5) Sony nimmt eine feste Position im Sortiment ein. Das liegt besonders an der großen Markenbekanntheit und am sehr guten Marken-Image.



**Werner Winkelmann,
Vorstand Euronics
Deutschland eG**

1) Sony verfügt nahezu über die vollständige Produkt-Range der Consumer Electronics. Darüber hinaus sind die Produkte innovativ und qualitativ hochwertig, wie die Modelle der Bravia LCD-Linie zeigen. Dies macht Sony zu einem der großen Player im Markt und zu einem wichtigen Partner für den Handel.

2) Neben einem umfassenden Produktportfolio bietet Sony spezielle Fachhandelskonditionen und umfangreiche Verkaufs- und Vertriebsunterstützung durch den eigenen Außendienst an. Diese stützen die Position des Fachhandels in besonderem Maße.

3) und 4) Die wichtige Vermittlerrolle des Fachhandels, zwischen Hersteller und Endverbraucher, wurde von Sony erkannt und in gute Konzepte umgesetzt. Dies macht sich für unsere Mitglieder in attraktiven und stabilen Konditionen bemerkbar.

5) Sony, als feste Größe im Markt, ist in unserem Haus eine der bedeutendsten und stärksten Marken.

**Wir bedanken
uns bei allen
Gesprächsteilnehmern
für ihre Antworten!**

Sonys Cyber-shot-Modelle

Neuheiten in edlem Design

Zu Sonys Cyber-shot-Neuheiten, die auf der IFA präsentiert werden, gehören das Einsteigermodell S700, die handliche Zehnfach-Zoom-Kamera H3 und die Design-Modelle T200 und T70. Letztere warten mit einer innovativen Funktion auf: Mit der „Smile Shutter“-Funktion lösen sie automatisch aus, wenn das Motiv lächelt. Die Kameras kommen im September und Oktober auf den Markt.

Durch ihr hochwertiges Metallgehäuse und ihre schlanke Bauweise sind die neuen Cyber-shot-Modelle T200 und T70 auf den ersten Blick als Mitglieder der Design-orientierten Cyber-shot-T-Familie zu erkennen. Auch die führende Position von Sony im Bereich der HD-Flachbildfernseher wird auf den ersten Blick deutlich: Beide Cyber-shots sind mit einem 16:9-Breitbild-LCD mit Touchpanel und 230.000 Pixeln ausgestattet. Dieses ist bei der T70 drei Zoll (7,5 cm) und bei der T200 sogar 3,5 Zoll (8,8 cm) groß. Ein HD-Ausgang macht es sowohl bei der T200 als auch bei der T70 möglich, die Bilder mit Hilfe des optionalen VMC-MHC1-Kabels in HD-Qualität auf einem entsprechend ausgerüsteten Fernsehgerät zu betrachten. Am unterhaltsamsten ist das per Diashow, für deren Untermalung vier voreingestellte Begleitmusiken zur Auswahl stehen. Zudem können die Bilder auch mit individuellen MP3-Tracks via Datenimport vom PC kombiniert werden. Für die Wiedergabe stehen vier Bildeffekte (Einfach, Nostalgisch, Aktiv und Stylish) zur Verfügung. Die beiden neuen T-Modelle bieten eine Auflö-



Das Breitbilddisplay der Cyber-shot T70 ist drei Zoll groß.



Die neue Sony Cyber-shot T200 verfügt über ein 3,5 Zoll großes Breitbilddisplay und ist in den Farben Schwarz, Silber und Rot erhältlich.

sung von 8,3 Megapixeln; die T200 ist mit einem Fünffach-Zoom Carl Zeiss Vario Tessar-Objektiv mit einer Brennweite von 135-175 mm (KB-äquivalent) ausgestattet, die T70 mit einem 38-114 mm (KB-äquivalent) Dreifach-Zoom Carl Zeiss Vario Tessar. Bei beiden Modellen wird der aus den Sony α Spiegelreflexkameras bekannte Bionz-Bildprozessor eingesetzt. Die bekannten Cyber-shot-Bildbearbeitungsfunktionen wurden um „Radial Blur“ für dynamische Einfrier-Effekte und „Retro“ für den Eindruck alter Fotos erweitert. Zur Ausstattung gehören zudem der doppelte Verwacklungsschutz durch optische Bildstabilisierung Super SteadyShot, die mit einer höchsten Empfindlichkeit von ISO 3.200 kombiniert wird.

Lächeln und klick

Ganz neu ist bei den Cyber-shot-Modellen T200 und T70 die

Funktion „Smile Shutter“. Nach Aktivieren der entsprechenden Programmfunktion erkennt die Kamera automatisch, wenn das Motiv lächelt und löst dann sofort automatisch aus. Bei mehreren Menschen im Bild ist die Hauptperson maßgeblich, die zuvor über das Display ausgewählt wird. Auf diese Weise macht die Kamera bis zu sechs „Lächel-Fotos“ hintereinander, ohne dass ein einziges Mal auf den Auslöser gedrückt wird.

Sony will damit vor allem das Aufnehmen von Selbstauflöser-Fotos einfacher machen: Denn mit dieser Funktion muss niemand mehr nach dem Aufstellen der Kamera zurückrennen und wird schlimmstenfalls mitten in der Bewegung erwischt, sondern der Selbstauflöser kann im „Smile Shutter“-Programm mit einem Lächeln gesteuert werden. Zusätzlich optimiert die integrierte Gesichtserkennung der beiden Kameras Portraitaufnahmen, indem sie die Kameraeinstellungen von der

Cyber-shot DSC-H3

Pluspunkte

- + Zehnfach-Zoom Carl Zeiss Vario Tessar Objektiv
- + HD-Ausgang
- + sehr kompaktes Gehäuse

Ausstattung

- 2,5 Zoll Farb-LCD
- neun Motivprogramme
- doppelter Verwacklungsschutz Super SteadyShot
- Bionz-Bildprozessor



Lieferbar ab Oktober 2007

Cyber-shot DSC-T200/T70

Pluspunkte

- + Carl Zeiss Vario Tessar Objektiv mit Fünffach- (T200) bzw. Dreifach-Zoom (T70)
- + neue „Smile Shutter“-Funktion
- + HD-Ausgang
- + Breitbild-Display mit einer Diagonale von 3,5 Zoll (T200) bzw. drei Zoll (T70)

Ausstattung

- Auflösung: 8,3 Megapixel
- automatische Gesichtserkennung
- zehn Motivprogramme
- MPEG Movie VX fine (640 x 480 Pixel, 30 Bilder/Sek.)
- doppelter Verwacklungsschutz Super SteadyShot
- Bionz-Bildprozessor



Lieferbar ab September 2007



Belichtung bis zum Blitz automatisch anpasst.

Die Cyber-shot T200 ist in den Farben Silber (T200S), Rot (T200R) und Schwarz (T200B) ab Septem-

einem dynamischen Autofokus, der schnell bewegten Motiven nachfolgt. Zur Bildkontrolle dient ein 2,5-Zoll-Farb-LCD mit 115.000 Pixeln. Zur Ausstattung gehören automa-



Wahlweise in Schwarz oder Silber: Die kompakte Cyber-shot H3 mit Zehnfach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss

ber zu einem UVP von 399,- Euro erhältlich. Die T70 kommt ebenfalls im September in den Farben Silber (T70S) oder Schwarz (T70B) auf den Markt und soll 299,- Euro (UVP) kosten.

Zoom-stark und kompakt

Mit der neuen Cyber-shot DSC-H3 kündigt Sony zur IFA ein weiteres Mitglied der zoom-starken H-Familie an. Sie ist mit einem 38-380 mm (KB-äquivalent) Zehnfach-Zoom Carl Zeiss Vario Tessar-Objektiv ausgestattet, das in einem kompakten Gehäuse mit Abmessungen von 106 x 68,5 x 47,5 mm und einem Gewicht von nur 264 g steckt. Auch dieses neue Cyber-shot-Modell ermöglicht über den HD-Ausgang die Wiedergabe der Fotos in HD-Qualität auf entsprechend ausgerüsteten Fernsehern. Dazu ist ein als Zubehör erhältliches Kabel notwendig. Im 16:9-Modus kann der Zoom-Bereich mit der HD Smart Zoom-Funktion auf 17fach ausgedehnt werden.

Die Cyber-shot H3 bietet eine Auflösung von 8,1 Megapixeln und ist mit dem Bionz-Bildprozessor sowie dem doppelten Verwacklungsschutz mit optischer Bildstabilisierung Super-SteadyShot und hoher Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 ausgestattet. Im Sport-Modus kombiniert die Kamera eine kurze Verschlusszeit von 1/2.000s mit

tische Gesichtserkennung, Fotonachbearbeitung in der Kamera, zum Beispiel Rote-Augen-Korrektur, Weichzeichner, Sternfilter und Fish-Eye sowie neun Motivprogramme. Die Cyber-shot H3 ist ab Oktober in den Farben Schwarz (H3B) und Silber (H3S) erhältlich und soll 299,- Euro (UVP) kosten.

Einstieg mit sieben Megapixeln

In der Einstiegsklasse bringt Sony zur IFA mit der Cyber-shot DSC-S700 ein 7,2-Megapixel-Modell auf den Markt, das mit einem 35-105 mm (KB-äquivalent), Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet ist. Die Motivauswahl und Bildkontrolle erfolgt über ein 2,4-Zoll- (sechs cm) Farbdisplay mit 112.000 Pixeln. Sieben Motivprogramme machen das Fotografieren leicht. Zum Schutz vor Verwacklungen kann die Lichtempfindlichkeit auf maximal ISO 1.000 erhöht werden. Die Cyber-shot S700 ist ab sofort verfügbar, kommt in der Farbe Silber auf den Markt und soll 179,- Euro (UVP) kosten.



Cyber-shot für Einsteiger: Die neue S700 mit 7,2 Megapixeln

ENTERTAINMENT PUR AUF DER IFA



BESUCHEN SIE DIE HALL OF FAME DES GRÖßTEN TECHNOLOGIE-CONTESTS EUROPAS. ERLEBEN SIE DIE GEWINNER DES PLUS X AWARDS IN EINER GANZEN HALLE (7.2c) AUF ÜBER 1.100m² UND GENIEßEN SIE DAS HOCHKARÄTIGE PROGRAMM:

- **Tägliche Live-Fernsehshows** mit zahlreichen Stargästen im GIGA IFA-Studio
- Erleben Sie die **H-Blockx** live am 2. September auf unserer Showbühne
- Chartstürmer **Ben & Kate Hall** begeistern mit ihrem neuen Hit am 4. September
- **TV-Gourmetkoch Thomas Krause** kreiert Gaumengenüsse in der Miele-Showküche
- Bleibende Erinnerungen gibt es im **Dinosaurierpark** von heimkinomarkt.de und Samsung
- Die **fatboy Chill Out-Area** und die **De'Longhi Coffee-Bar** laden Sie zum Entspannen ein
- Für die Fachbesucher: Das große **ElectronicPartner Business-Center**

JVC: Neue 65 und 58 Zoll Full HD Großbild-TVs mit 3-Chip HD-ILA-Technologie

Stromsparend, elegant und superflach: Das sind nur einige der zutreffenden Attribute, mit denen JVC seine beiden neuen 65 Zoll und 58 Zoll großen High-Definition Großbildfernseher mit 3-Chip HD-ILA-Technologie, DynaPixHD-Videoprozessor, HDMI-Eingängen und DVB-T-Tuner beschreibt. Mit den Modellen HD-65DS8 mit einer Bildschirmdiagonale von 65 Zoll (165 cm) und HD-58DS8 (58 Zoll/147 cm) erweitert JVC seine erfolgreiche Hybrid TV-Produktpalette um zwei neue Full High Definition TVs mit 1.080p Darstellung. Die bis auf unterschiedliche Bildgrößen technisch weitgehend baugleichen Geräte überzeugen durch faszinierende Bildqualität, ihre angesichts der eingesetzten HD-ILA-Technologie extrem flache Bautiefe von nur 27,2 cm und durch energiesparende umweltbewusste Technik.

Display-Technik der Superlative: HD-ILA

Die überragende Bildqualität der beiden neuen HD-ILA Hybrid-Fernseher ist eines der wesentlichen Merkmale der im Profi-Bereich wegen ihrer hervorragenden Eigenschaften hochgeschätzten HD-ILA Reflexions-Technologie. Durch den Einsatz von HD-ILA werden beeindruckende Helligkeitswerte, ein sensationelles Kontrastverhältnis von 10.000:1 und absolut naturgetreue Farben ermöglicht. Die drei HD-ILA-Chips des Bildsystems in RGB-Grundfarben mit nativer 1.080p-Auflösung basieren auf der von JVC entwickelten, exklusiven LCOS-Technologie. Durch den Einsatz von LCOS-Systemen werden Gitter-Effekte zwischen den Bildpunkten verhindert und der Kontrast wie auch die Bildhelligkeit deutlich gesteigert. Das Resultat sind brillante, klare Bilder mit harmonischen und unverfälschten Farben. Beide Geräte sind als Full HD-Fernseher ausgelegt und können Bildsignale in den Formaten 1.080p 50/60 Hz, 1.080i 50/60 Hz und 720p 50/60 Hz verarbeiten und in rasterfreier Full HD-Qualität darstellen.

Modernste Bildverbesserungstechnologien

Neben den qualitativ außergewöhnlichen, für HD-ILA-Technologie typischen Vorteilen, sind beide Hybrid-Fernseher zusätzlich mit umfangreichen Bildverbesserungs-Technologien ausgestattet. Der bei den neuen Modellen zum Einsatz kommende DynaPixHD-Videoprozessor mit 32 Bit CPU ermöglicht die extrem kurze Reaktionszeit von 0,5 ms, ein Wert – von dem Entwickler von LCD- und PDP-Bildschirmen nur träumen können. Außerdem verfügt der DynaPixHD-Videoprozessor über effektive Rauschunterdrückungs-Technologien für analoge und digitale Videosignale. Die neueste Version der bewährten JVC D.I.S.T.-Technologie übernimmt die verlustfreie Umwandlung der Videosignale in das 720p- oder 1.080i-Format, das sogenannte Up-Scaling. Hinzu kommt die optische Blendensteuerung, die im Zusammenwirken mit Smart-Picture-Technologie und in Abhängigkeit von den Bildinhalten automatisch den Helligkeitswert, das Kontrastverhältnis und die Detailschärfe optimiert.

Ausstattung der Spitzenklasse

Die von beiden Modellen (HD-65DS8 und HD-58DS8) unterstützte 1-Tuner-PaP-Funktion (Bild und Bild) ermöglicht die gleichzeitige Wiedergabe von zwei Programmquellen (z. B. TV-Bild und DVD) in zwei identisch großen, nebeneinander angeordneten Fenstern. Mit der Freeze-Funktion lässt sich ein Standbild des laufenden Fernsehprogramms parallel in dem anderen PaP-Fenster erstellen. Als Darstellungs-Modi stehen zur Auswahl: Normal, Panorama, 14:9 Zoom, 16:9 Zoom, 16:9 Zoom Untertitel und Vollbild. Dank der umfassenden Ausstattung mit einem (integrierten) DVB-T Digital-TV-Tuner und zwei HDMI-Eingängen mit CEC-Unterstützung sind die neuen JVC Hybrid-Fernseher schon heute bestens für die Zukunft gerüstet.



HD-65DS8 von JVC: superflacher 165 cm Full HD HD-ILA-Hybrid-TV mit DynaPixHD



Selbst bei riesigen Bildschirmdiagonalen von 165 und 147 cm beträgt die Gehäusetiefe nur noch 27 cm.

Als Eingangsschnittstellen stehen ein Komponenten- und PC-Eingang und jeweils zwei SCART-Anschlüsse zur Verfügung. In Ergänzung zu der außergewöhnlich hohen Bildqualität ist auch der Audiobereich sehr anspruchsvoll ausgelegt. Das in das Bildschirmgehäuse integrierte 5-Lautsprecher-Bassreflex-System besteht aus zwei Direct-Drive-Lautsprechern mit zwei Hochtönern und einem Tiefton-Modul für kräftige Sub-Bässe. Jede der beiden Einheiten verfügt über eine eigene Spannungsversorgung und kann bis zu 30 Watt Gesamtleistung erzeugen. Zusätzlich sorgt die MaxxBass-Funktion auch bei geringer Lautstärke für ultimativen Kinound mit sattem, breitem Klang.

Vorbildlich geringer Energieverbrauch

Ein weiterer Vorteil der von JVC entwickelten HD-ILA Reflexions-Technologie besteht aus ihrem erheblich geringeren Energieverbrauch im Vergleich zu anderen TV-Technologien. Der geringe Leistungsbedarf wirkt sich zum einen vorteilhaft auf die Stromrechnung aus und ist zum anderen auch ein nicht zu unterschätzender Beitrag zur Reduzierung der zu hohen weltweiten CO₂-Belastung, die maßgeblich für den Klimawandel und die seit einiger Zeit gehäuft auftretenden extremen Wetterlagen verantwortlich ist. Unterhaltungs-

elektronik ist mit ihren täglich wiederkehrenden Verbrauchswerten nicht unwesentlich an der Gesamtemission von CO₂ beteiligt. Für JVC ist das laut eigener Aussage ein wichtiger Grund, der Entwicklung von besonders umweltschonenden Geräten höchste Priorität einzuräumen. Bei den neuesten Produkten wie den vorgestellten HD-ILA-Großfernsehern zeigt sich eindrucksvoll der Erfolg: Durch die innovative D-ILA-Technologie konnte der Leistungsbedarf der Hybrid-Fernseher auf nur 221 Watt gesenkt werden. Das ist weniger als ein Drittel des Verbrauchs eines LCD- oder Plasma-TVs gleicher Größe. Mit diesem, im Vergleich zu ähnlich großen anderen Flach-TV-Geräten sehr geringen Verbrauch kann JVCs neuer 65-Zoll-High Definition-Großbild-Fernseher als äußerst energiesparendes Gerät für umweltbewusste Heimkino-Fans empfohlen werden.

Elegantes Design

Die bei den neuen Full HD HD-ILA-TVs eingesetzten drei 16:9-Full HD D-ILA-Chips sind ein maßgeblicher Bestandteil der neu entwickelten optischen Einheit, mit der die Gehäusetiefe der neuen Hybrid-TVs

drastisch auf 27,2 mm verringert werden konnte (Maß ohne Standfuß). Das JVC Vorgänger-Modell, der HD-70ZR7U, hatte noch eine Bautiefe von 519 mm (HD-56ZR7U 439 mm). Das entspricht fast einer Halbierung. Die angesichts der gewaltigen Bildflächen-Größe sehr geringe Bautiefe ermöglicht es auch, die Großbild-TVs harmonisch in nahezu jede Wohnlandschaft zu integrieren. Durch ausgeklügelte Luftführung mit seitlichen Entlüftungsschlitzen und seitlich untergebrachten Anschluss-Terminals ist sogar die Montage direkt an einer Wand möglich. Das elegante, unaufdringliche Design beider Geräte wird auch maßgeblich durch die filigrane, nur 1 cm breite Bildschirm-einfassung bestimmt.

Daten und Preise

Die 58 Zoll bzw. 65 Zoll großen, superflachen Full HD HD-ILA-Hybrid-TVs mit DynaPixHD, die Modelle HD-58DS8 und HD-65DS8, besitzen ein superschlankes, extra-elegantes Airy Frame Design mit einer Gehäusetiefe von nur 27,2 cm, ohne Standfuß. Beide Modelle verfügen über Full HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und unterstützen die TV-Bildformate 1.080p 50/60 Hz, 1.080i 50/60 Hz, 720p 50/60 Hz. Eine Wandhalterung für die neuen TV-Geräte ist angekündigt, aber noch nicht lieferbar. Die UVPs für die neuen HD-ILA Hybrid-TV-Geräte HD-65DS8 und HD-58DS8, jeweils inklusive eines eleganten Racks, betragen 5.499,- und 4.299,- Euro. Zusätzlich wird das Modell HD-58DS8 ohne Rack zum UVP von 3.499,- Euro angeboten. *evo*



Für jede der drei Grundfarben Rot, Grün und Blau wird im Bildsystem je ein HD-ILA-Chip eingesetzt.



Jetzt ist TAUSCHZEIT



Verkaufen Sie Spitzenklang
für neue Medien.

Jetzt ist wieder Zeit für eine der erfolgreichsten Verkaufsaktionen.

Jetzt ist TAUSCHZEIT – die Zeit für alle Kunden, die noch zögerten,
in Multimedia-Zukunftstechnologien zu investieren!

Diese Kunden entscheiden sich jetzt für großes Entertainment
mit ihrem Computer. Sie entscheiden sich für ein COMPANION®
Multimedia Speaker System von BOSE® – und BOSE® nimmt
die alten Computerlautsprecher für 25,- Euro in Zahlung.

BOSE® Partner machen den Markt – JETZT!

BOSE®
Better sound through research®

Fragen Sie nach weiteren Informationen zu unserer TAUSCHZEIT-Aktion:

Bose GmbH • Max-Planck-Str. 36 • D-61381 Friedrichsdorf • Tel.: (06172) 7104-0 • Fax: (06172) 7104-19 • www.bose.de

Tatung: Langjährige und umfassende Kompetenz für den europäischen Markt Taiwans führende CE-Marke verstärkt das Europa-Geschäft mit LCD-TV-Geräten

LCD-Technologie made in Taiwan hat sich längst als ein weltweit anerkanntes Qualitätssiegel etabliert. Mit seiner umfassenden Kompetenz und Erfahrung aus über 40 Jahren TV-Geräteherstellung zählt Taiwans führende Elektronikmarke Tatung in diesem Markt zu den erfolgreichsten Anbietern. Auf der IFA 2007 stellt Tatung mit seinen neuen LCD-TV-Serien dieses Know-how erneut nachhaltig unter Beweis.

35.000 Mitarbeiter in 50 Ländern beschäftigt das 1918 gegründete Traditionsunternehmen weltweit. Der Elektronikkonzern mit Sitz in der Hauptstadt Taipeh produziert und vertreibt neben LC-Displays Elektro-Haushaltsgeräte, digitale Audioprodukte, Computer und Netzwerk-Server, digitale Komponenten für den industriellen Einsatz sowie Telekommunikations-Systeme. Das Unternehmen erwirtschaftet einen Umsatz von rund 8 Milliarden Euro.

25 Jahre Produktion in Europa

In Europa konzentriert sich Tatung vom niederländischen Nijmegen aus vornehmlich auf das Geschäft mit LC-Displays für TV und PC. Tatung vermarktet die Geräte unter dem eigenen Markennamen, bedient aber auch als OEM-Produzent führende A-Marken.

Seit 25 Jahren stellt das Unternehmen bereits Displays in Euro-

pa für den europäischen Markt her, seit 2005 im brandneuen Werk im tschechischen Pilsen. Hier können dank einer in 2007 erweiterten Produktionsstraße

monatlich 170.000 Displays bzw. über 2 Millionen Stück pro Jahr das Band verlassen. Dabei werden innerhalb des Tatung Konzerns nahezu alle Komponenten selbst entwickelt und produziert. Das Tochterunternehmen CPT beispielsweise beliefert Tatung weltweit mit Panels und sichert somit deren Lieferfähigkeit.

Der Produktionsstandort im Herzen Europas bietet signifikante Vorteile hinsichtlich Logistik, Flexibilität und Kosteneffizienz. Dar-



Im Mittelpunkt des Messeauftritts von Tatung stehen zwei 42"-Serien in Full HD-Auflösung bzw. mit 100 Hertz Bildfrequenz. Die hochwertig ausgestatteten Modelle arbeiten mit der neuesten truD HD-Software des Systemanbieters Micronas.



Seit 25 Jahren stellt Tatung Displays in Europa für den europäischen Markt her, seit 2005 im brandneuen Werk im tschechischen Pilsen. Hier können dank einer in 2007 erweiterten Produktionsstraße monatlich 170.000 Displays bzw. über 2 Millionen Stück pro Jahr das Band verlassen.

über hinaus erlaubt es die Nähe zum europäischen Verbraucher, dessen spezifische Anforderungen in der Produktentwicklung gezielt zu berücksichtigen. Tatungs IFA-Neuheiten spiegeln diese Kompetenz nachhaltig wider. Im Mittelpunkt des Messeauftritts stehen zwei 42"-Serien in Full HD-Auflösung bzw. mit 100 Hertz Bildfrequenz. Beide hochwertig ausgestatteten Modelle arbeiten mit der neuesten truD HD-Software des Systemanbieters Micronas. Damit sind ruckel- und schlierenfreie Bilder sich schnell bewegender Motive auch bei großformatigen LCD-TV-Geräten garantiert. Auf Basis der jahr-

zehntelangen Erfahrung in der Entwicklung und Produktion von Fernsehern und Monitoren, einem Vierteljahrhundert Produktionskompetenz in Europa, der hochmodernen Fabrikation in Pilsen sowie der Integration modernster Chip- und Softwarelösungen will Tatung seine Marktposition in Europa weiter deutlich stärken. In Leistung und Qualität mit populären Markengeräten vergleichbar, unterscheiden sie sich vor allem im deutlich attraktiveren Preis-/Leistungsverhältnis. Tatung Kontakt: Sandra Wimmer, Sales Manager für DACH, Fon/Fax: +49-2655-961970, E-Mail: sandra.wimmer@tatung.eu.

75 Jahre Autoradio

August 1932, die Berliner Funkausstellung hat ihre Sensation: das erste Autoradio Europas. Vorgestellt wird der Autosuper 5 von der Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt.

Es war eine große Aufgabe, den Rundfunk straßentauglich zu machen – und Größe zeigte auch die Lösung: 15 Kilo Zuladung hatte man für das voluminöse Röhrengerät zu veranschlagen. „Musiktruhe auf Rädern“ durfte als schmeichelhafte Bezeichnung für die schwarze Box gelten, aber auch ohne einen besonderen Designanspruch galt der Blaupunkt-Pionier seinerzeit als glamouröses Statussymbol. Das lag am unerhört hohen Kaufpreis von 465 Reichsmark und am Avantgardismus seiner Technologie.

Schon bald kommen aber Nachfolgemodelle in den Markt, die für eine stärkere Verbreitung sorgen. Neue Lösungen für die Spannungsversorgung, Entstörung, Rauschunterdrückung und Senderabstimmung erhöhen die Alltagstauglichkeit.

Die ersten Nachkriegsmodelle tragen Städtenamen und sind bereits im Armaturenbrett eingebaut. Die technischen Neuerungen der Fünfziger machen das Autoradio dann endgültig zum begehrten Zubehör aller Fahrzeugbesitzer. Die Variometer-Abstimmung steht in ihren Anfängen, und es folgt der gigantische Sprung zum UKW-Empfang, mit dem Blaupunkt-Geräte ebenfalls weltweit Premiere haben.

Die sechziger Jahre bringen die Ablösung der Röhre; die ersten volltransistorisierten Modelle erlauben nun deutlich kompaktere

Gehäuse. Auch andere Bauteile werden immer kleiner und lassen Raum für die ersten integrierten Kassettenspieler. Ende der Sechziger folgt ein weiterer Meilenstein in der Klangoptimierung: 1969 präsentiert Blaupunkt das weltweit erste Stereo-Autoradio.

In den siebziger Jahren wird Verkehrssicherheit groß geschrieben. Blaupunkt präsentiert die Autofahrer-Rundfunk-Information „ARI“, einen Decoder, der über ein Verkehrsslotsignal bei aktuellen Meldungen automatisch auf Verkehrsfunk umschaltet. Damit lässt sich mancher Stau rechtzeitig umfahren.

In den achtziger Jahren hat das erste Autoradio mit Senderidentifikation (PCI – Program Comparison Identification), bald abgelöst vom Radio-Daten-System RDS, Weltpremiere. Hiermit ermöglicht ein Decoder die Identifikation der



Sender und damit das Erscheinen des Programmnamens im Autoradio-Display sowie die Wahl der optimalen Wellenlänge. Im Audiobereich kommt die erste Radio-/CD-Kombi auf den Markt. 1990 findet das 50-millionste Autoradio mit dem blauen Punkt seinen Käufer, und fünf Jahre

später setzt ein Autoradio in Kombination mit einem Navigationsrechner mit GPS-Empfang, Routenführung und gesprochenen Fahrempfehlungen neue Zeichen. Kurz darauf folgen die ersten Radio-Navigationsgeräte im 1-DIN-Format sowie die ersten dynamisierten Zielführungssysteme. DigiCeiver und TwinCeiver heißen zwei High-Tech-Entwicklungen der vergangenen Jahre. Der DigiCeiver nutzt die volldigitalen Möglichkeiten zur Perfektionierung des UKW-Empfanges. Der TwinCeiver, ein Doppeltuner mit virtueller Richtantenne, minimiert Störungen durch Mehrwege-Empfang.

Nahezu 100 Prozent aller Autos sind heutzutage mit einem Autoradio ausgestattet. Blaupunkt hat maßgeblich zu dieser Entwicklung beigetragen. miz

Harman: Auch auf der IFA 2007 tonangebend

Auch auf der diesjährigen IFA zählt das Unternehmen Harman zur Gruppe der wichtigsten Aussteller. Zur Harman International Industries, Inc., einem führenden Hersteller von qualitativ hochwertigen HiFi-Audio-Produkten und elektronischen Systemen für den privaten wie den professionellen Einsatz, gehören zahlreiche Tochterunternehmen und eine umfangreiche Reihe weltweit renommierter Vertriebsmarken wie JBL, Infinity, Harman Kardon, AKG, Mark Levinson, Revel, Audioaccess und Lexicon. JBL, ein weltweit führender Audio-Spezialist und Anbieter einer breiten Palette von Lautsprechern und Elektronik-Komponenten, blickt wie auch AKG auf eine 60jährige Erfolgsgeschichte zurück. Beide Unternehmen erfreuen sich bei Konsumenten wie bei professionellen Anwendern und Musikern in aller Welt höchster Wertschätzung.



JBL ES Boxen Serie

Neue Maßstäbe: JBL ES Boxen Serie

Mit seiner ES Lautsprecher-Serie setzt JBL neue Maßstäbe für Musikhörer und Heimkinofans, die Wert auf professionelle Technik, hervorragende Klangeigenschaften und elegantes Design legen. Pünktlich zur IFA bringt JBL eine komplett neue Lautsprecher-Serie auf den Markt, die all diese Attribute in sich vereint: Die neue JBL ES Serie, Nachfolger der erfolgreichen Northridge Serie, basiert auf JBL-eigenen Technologien aus dem Profibereich wie z. B. EOS Schallführung (Elliptical Oblate Spheroidal) und FreeFlow Bassreflex-Technologie. Besondere Merkmale der ES Serie sind die sich nach hinten verjüngenden Gehäuse und Schallwände, die elegant gerundet in die Oberseiten der Boxen übergehen und akustisch wirkungsvoll stehende Wellen reduzieren. Für unverfälschte und detaillierte Klangwiedergabe sorgen selbst bei hohen Pegeln Ultrafrequenz- und Titanlaminat-Hochtöner, PolyPlas Membranen und besonders versteifte und optimal bedämpfte Gehäuse. Ein kompakter Regal-/Wandlautsprecher (ES10), zwei Regallautsprecher (ES20, ES30), drei Standboxen (ES80, ES90, ES100), ein Center-Speaker (ES25C) und zwei aktive Subwoofer (ES150P, ES250P) ermöglichen aufgrund

der einheitlichen Abstimmung vielfältige Anwendungsszenarien. Dank der lieferbaren unterschiedlichen Gehäuse-Oberflächen stellt die optische Integration in moderne Wohnumgebungen kein Problem dar. Für die makellose und naturgetreue Abstrahlung der hohen Frequenzen sind ein Ultrahochfrequenz- und ein Titanlaminat-Hochtöner verantwortlich. Der Ultrahochfrequenz-Speaker erweitert den Übertragungsbereich bis auf 40 kHz und ermöglicht die offene und detaillierte Wiedergabe hoher Frequenzen mit natürlicher Räumlichkeit. Der Titanlaminat-Hochtöner mit hauchdünnem, hochfestem, auf eine leichte Trägerfolie laminiertem Titan garantiert eine verbesserte Impulswiedergabe ohne Verzerrungen. Beide Tweeter sind in Waveguides montiert, mit denen die Abstrahlcharakteristik positiv beeinflusst wird. Die UVPs der ES Serie liegen bei 300,- bis 1.100,- Euro pro Paar.

JBL Spot: Eintönige Farbgebung ist von gestern

Wie das Leben ist das trendige Plug & Play-Lautsprechersystem JBL Spot nicht nur in Schwarz oder Weiß, sondern in zahlreichen Farben lieferbar und außerdem variabel bei den Anschlussmöglichkeiten. Über eine 3,5 mm Mini-Stereo-Klinkenbuchse lässt sich das

kleine Hochleistungs-2.1-Lautsprechersystem mit jeder beliebigen Audiosignalquelle verbinden und ist als perfektes Audiosystem für Mac und PC, MP3-Player, Spielekonsolen und tragbare DVD-Geräte einsetzbar. Serienmäßig wird das JBL Spot mit wechselbarer schwarzer und weißer Abdeckung für Subwoofer Satelliten geliefert. Bunt wird es mit Hilfe der zusätzlich erhältlichen JBL Spot Wrappers in den Farben Woodland, Graffiti, Janna Black Floral, Corporate, Purple-Gold Flower, Fuchsia und Black Tattoo. Ob knallig oder dezent, retro oder avantgarde, die Wrappers bringen Farbe ins Spiel. Für guten Sound sorgt das JBL Spot. Mit modernster Odyssey-Lautsprechertechnologie ausgestattet, erzeugt das JBL Spot trotz kompakter Abmessungen kräftige, klare Mitteltöne und beeindruckend tiefe Bässe. Die Satelliten-Lautsprecher sind mit 6 Watt belastbar. Der aktive Subwoofer leistet 24 Watt. Hochwertig sind auch die gewebeummantelten Verbindungskabel. Das JBL Spot ist zum UVP von 129,- Euro und jedes der Wrapper-Designs zum UVP von 19,99 erhältlich.

JBL On Tour XTB: Sound mobil und kabellos per Bluetooth

Das portable Sound-System JBL On Tour XTB erinnert mit seinem Design ein wenig an ein UFO. Aber es ist wesentlich kleiner, als ein solches sein müsste, und reproduziert im Gegensatz zu einem Unidentified Flying Object exzellenten voluminösen Sound. Das JBL On Tour XTB ist zugleich leistungsstarkes Lautsprechersystem und mobile Soundstation. Audiosignale kann das On Tour XTB bei Bedarf auch kabellos über Bluetooth empfangen. Mit nur 15 cm Durchmesser, knapp 7 cm Höhe, vier Odyssey-Lautsprechern

und einem DSP-Digitalverstärker erzeugt das On Tour XTB einen Klang, der alle Erwartungen des Anwenders übertrifft, und es findet in jeder Tasche Platz.



Portables Sound-System JBL On Tour XTB

Die Bass-Performance des sehr kompakten Systems ist einfach beeindruckend. Wenn man das JBL On Tour XTB kabellos betreiben möchte, genügen vier AA-Batterien zur Energieversorgung. Die Signalübertragung erfolgt dann über Bluetooth mit A2DP (Advanced Audio Distribution Profile). Für den Kabelanschluss sorgt eine 3.5 mm Klinkenbuchse. Über den gleichfalls vorhandenen USB-Anschluss können MP3-Player oder Spielekonsolen mit dem JBL On Tour XTB verbunden und gleichzeitig auch aufgeladen werden. Bedient wird das JBL On Tour XTB mit Tasten am Gerät oder über die mitgelieferte Fernbedienung, die eine Reichweite von 5,5 Metern überbrückt. Das System ist in den Farben Schwarz und Weiß erhältlich. Ganz gleich, ob auf Reisen, beim Picknick, im Büro oder zu Besuch bei Freunden, zusammen mit einem iPod, MP3-Player, Musikhandys oder Notebook sorgt das JBL On Tour XTB für optimalen Sound und wird ab Oktober 2007 zum UVP von 199,- Euro erhältlich sein.

„Spyro“: Desktop Lautsprechersystem mit Subwoofer

Es wurde bisher schon oft versucht, Desktop Lautsprecher-Systeme etwas ansprechender zu gestalten, als das bei den üblichen rechteckigen Kästchen der Fall ist. In zahlreichen Fällen konnten die Klang-

eigenschaften derartiger Modelle die Versprechen des extravaganten Designs jedoch nicht einlösen. Das Desktop-System JBL Spyro hebt sich in jeder Beziehung vorteilhaft von den Produkten zahlreicher Mitbewerber ab. Die außergewöhnliche Optik zieht die Blicke wohlgefällig auf sich: Der halbkugelförmig gestaltete Subwoofer wird durch zwei Stereo-Lautsprecher in Blütenform flankiert. Potentiellen Käufern bietet JBL Lautsprecher-Lösungen für jeden Einrichtungsstil. Deshalb ist Spyro in den Farben Weiß, Schwarz, Retro-Blau und Fuchsia erhältlich und das neueste Mitglied der Spyro Familie nun in peppigem Orange. Das hochwertige Erscheinungsbild wird durch den Einsatz gewebeummantelter Kabel verstärkt. Für den der anspruchsvollen Optik entsprechenden Klang sorgt modernste Odyssey-Lautsprechertechnologie in den Satelliten und ein Atlas-Chassis im Subwoofer. Mit 6 Watt Leistungsaufnahme pro Lautsprecher und 24 Watt Leistung des aktiven Subwoofers reproduziert das Spyro-System exzellenten Sound mit beeindruckenden Bässen. Als Plug & Play-Lösung lässt sich das 2.1.-System JBL Spyro für sämtliche Desktop-Anwendungen einsetzen, sei es am PC oder Laptop, zusammen mit dem iPod,



Spyro: Desktop Lautsprechersystem mit Subwoofer

an MP3-Playern oder Spielekonsolen. Die Verbindung wird über eine 3,5 mm Klinken-Buchse hergestellt. Das Desktop Lautsprechersystem JBL Spyro ist zum UVP von 129,- Euro erhältlich. evo



Spot Wrapper Design-Sets für den JBL Spot

Ready für High Definition

Yamaha Digital Sound Projektor YSP-3000/4000



Mit den Modellen YSP-3000 und YSP-4000 erweitert Yamaha sein Angebot um zwei neue Sound-Projektoren mit HDMI-Schnittstellen und zusätzlichen Funktionen für die perfekte Umwandlung von Audio- und Video-Signalen in HD-Formate und Bildnormen.

Beide Modelle sind optimal für die Zukunft des High Definition-TV und die Nutzung der hochauflösenden Optical Disc-Formate Blu-ray-Disc und HD-DVD ausgestattet. Wie alle Vorgänger-Modelle bieten der YSP-3000 und der YSP-4000 ein umfassendes Rundum-Sorglos-Paket für perfekten Raumklang. Yamaha ist der originäre Erfinder des „Digital Sound Projectors“, mit dem erstmalig die Abstrahlung von echtem Surround-Sound ohne Zusatzboxen realisiert wurde. Auf dem technologischen und physikalischen Prinzip des Originals YSP-1 aus dem Jahre 2005 basieren auch die jüngsten Modelle YSP-3000 und YSP-4000, deren Ausstattung aber

nicht nur dem technischen Stand von heute angepasst wurde, sondern technologisch weit in die High Definition-Zukunft weist. Die Handhabung ist nach wie vor einfach und unkompliziert: Der Yamaha Sound-Projektor kombiniert AV-Receiver und Surround-Lautsprecher in einem gemeinsamen Gehäuse und wird direkt an der Wand oder unterhalb des Fernseh-Gerätes installiert. Mittels Intellibeam-Funktion kalibriert sich das System nach Analyse der von dem mitgelieferten Messmikrofon aufgenommenen Audiosignale automatisch. Nach erfolgter Kalibrierung kann die Funktionsweise vom Anwender selbst variiert werden: Im Normalbetrieb erzeugt der Projektor mit bis zu fünf von den Wänden reflektierten Klangstrahlen realistische Surround-Erlebnisse. Die neueste Funktion „MySurround“ sorgt auch ohne Klang-Reflexionen durch die Umgebung für einen vergleichbaren Effekt. Das ist in ungünstig geschnittenen Räumen vorteilhaft, oder wenn der Zuschauer sich in geringem Abstand zum Fernsehgerät aufhält.

High Definition-kompatibel durch HDMI

Für den problemlosen Anschluss an die digitale Zukunft sind die Yamaha Sound-Projektor-Modelle YSP-3000 und YSP-4000 mit zwei HDMI-Eingängen und einem HDMI-Ausgang ausgestattet. Über diese digitalen Schnittstellen lassen sich die Sound-Projektoren bequem mit modernen Flach-Bildschirmen und mit DVD-Playern oder Abspielgeräten für Blu-ray-Disc und HD-DVD verbinden.

Von PAL zu HD: Up Scaler eingebaut

Abspielgeräte für Next Generation High Definition-Formate liefern von Spielfilmen meistens Videosignale mit 24 Bildwechslern pro Sekunde (1.080p/24 Hz). Diese per HDMI übertragenen Signale stellen bei der Erzielung ruckelfreier Darstellung (ohne Film Judder) besondere Anforderungen an die Bildsignalverarbeitung. Aber dafür sind der YSP-3000 und der YSP-4000 bestens gerüstet. Werden ältere Zuspielderäte angeschlos-

sen, die Videosignale nur in PAL-Auflösung liefern, konvertiert der eingebaute Video-Scaler die übertragenen Inhalte in HD-Format. Auf diese Weise lassen sich auch herkömmliche DVD-Filme und normal auflösende TV-Programme mit beeindruckender Schärfe in 720p oder 1.080i HDTV genießen.

Radio-Programm als 5.1-Raumton

Die perfekte Abstrahlung von echtem Surround-Sound funktioniert nicht nur mit mehrkanaligen Dolby Digital- und DTS Audio-Formaten von einer DVD, sondern auch mit ganz normalem Fernsehton oder mit Musik aus dem in die Sound-Projektoren eingebauten RDS-Radio. Durch Dolby Pro Logic II wird das Stereoprogramm in echten Raumklang mit 5.1-Kanälen umgewandelt und über den Soundprojektor abgestrahlt.

Compressed Music Enhancer für MP3

Über die bei beiden neuen Sound-Projektoren auf der Geräte-Front

befindliche Miniklinken-Buchse (3,5 mm) können auch MP3-Spieler angeschlossen werden. Der integrierte Compressed Music Enhancer dekomprimiert datenreduzierte Audio-Formate (MP3/WMA) verlustfrei, damit sie originalgetreu wiedergegeben werden können.

Bei diesem Vorgang wandelt Dolby Pro Logic II das Stereosignal in echten Raumklang mit 5.1-Kanälen um.

Abmessungen und Verfügbarkeit

Mit seiner Breite von 80 Zentimetern passt der YSP-3000 perfekt zu Displays mit 32 Zoll bis 37 Zoll (81 cm / 94 cm). Das Schwestermodell YSP-4000 harmoniert mit seiner Breite von 103 Zentimetern ideal mit größeren Bildschirmen ab 42 Zoll Bild diagonale (106 cm) und höher. Der UVP für den Yamaha Sound-Projektor YSP-3000 beträgt 900,- und für den YSP-4000 1.300,- Euro.

Beide Modelle sind ab Oktober 2007 in den Gehäuseausführungen Silber oder Schwarz lieferbar. *evo*

Pos Aktuell

Thomas Hey wird Daewoo verlassen

Thomas Hey, Leiter Marketing und Kundendienst bei der Daewoo Electronics Europe GmbH, wird das Unternehmen zum 30. September verlassen. Hey war seit dem Jahr 2000 für Daewoo tätig. In den letzten Jahren habe er den Aufbau und Auftritt von Daewoo geprägt, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Den Kundendienst wird zukünftig Michael Schwehn übernehmen. Er ist seit zwölf Jahren für den Verkaufsdienst und den IT-Bereich bei Daewoo verantwortlich. Das Marketing für Deutschland wird in den Vertrieb integriert und für Europa innerhalb der Geschäftsleitung und des Produktmanagements neu organisiert.

Versandkosten von Online-Händlern

Die Versandkosten von mehr als 3.000 Online-Händlern aus 25 Branchen können jetzt über die Internetseite www.versandkosten.info abgerufen und miteinander verglichen werden.

Mit diesem kostenlosen Informationsservice will die Mauve Mailorder Software GmbH & Co. KG mehr Transparenz bei Internetangeboten ermöglichen. Für den Vergleich wurden die Kosten für den Versand eines zwei Kilogramm schweren Referenzpakets zugrundegelegt. Neben den reinen Versandkosten wurden auch Aufschläge für Nachnahme-Lieferungen und Portofreigrenzen beim Vergleich berücksichtigt. Internethändler, die ihre Versandkosten von Mauve Mailorder Software prüfen lassen und als fair zertifiziert werden, erhalten das fair-shipment-costs Siegel.

RCP-Technik mit Rolle Kameras auf der IFA

Die RCP-Technik GmbH & Co. KG wird auf der IFA die ersten Modelle der neuen Rolle Digitalkamera-Generation präsentieren. Das Unternehmen, das sich die Rechte zum europaweiten Vertrieb von Consumer-Kameras unter der deutschen Traditionsmarke im Mai dieses Jahres gesichert hatte, wird an seinem Stand im International Meeting Point, Halle 2.1a, fünf neue Modelle zeigen. Davon sind drei in der Sieben-, eins in der Acht- und eins in der Zehn-Megapixel-Klasse angesiedelt. Alle Kameras sind mit Rolle Apogon-Zoomobjektiven ausgestattet. Mit Ausnahme der RCP-7430XW, die ein 28 bis 112 mm Weitwinkel-Zoom hat, bieten die restlichen Modelle ein Dreifach-Zoom-



Kai Hillebrandt

Jens-Christoph Bidlingmaier

Silke Hecht-Nölle

Neubesetzungen im Philips Business Management

Kai Hillebrandt (38) ist neuer Senior Director Business Management (B2C) bei Philips Consumer Electronics. Nach knapp zwei Jahren als Commercial Director Nordics des Unterhaltungselektronikmarktes der Region DACH (Deutschland/Österreich/Schweiz) kehrt Hillebrandt in das Marketing von Philips Consumer Electronics (CE) in Hamburg zurück. Gleichzeitig mit der Übernahme seiner Aufgabe wurde Kai Hillebrandt Mitglied der Geschäftsleitung von Philips CE. Sein Vorgänger, Alf Corry Müller-Theile, wird ab 1. August eine neue Funktion als Marketing Director beim Philips Unternehmensbereich Licht antreten. Ebenfalls neu besetzt wurde die Leitung des Bereiches Philips Accessories Communication Displays (PACD). Neuer Director PACD ist Jens-Christoph Bidlingmaier (38), bisher Senior Business Manager Entertainment Solutions. Jens-Christoph Bidlingmaier ist seit 1. Juni außerdem Mitglied der Geschäftsleitung von Philips CE. Sein Vorgänger, John Bruijninx, hat eine neue verantwortliche Vertriebsposition in seiner Heimat, den Niederlanden, angetreten. Neuer Senior Business Manager Entertainment Solutions ist Silke Hecht-Nölle (40). Sie war bisher als Business Manager für den Bereich DVDR, Home Cinema und Set-Top-Boxen zuständig.

objektiv. Zwei Kameras (RCP-7330X und RCP-7430XW) sind mit einem 3,0-Zoll-Monitor ausgestattet, bei den restlichen beträgt die LCD-Größe 2,5 Zoll, jeweils mit einer Auflösung von 230.000 Pixeln. Zudem haben die beiden Spitzenmodelle RCP-8325X und RCP-10325X eine automatische Gesichtserkennung, Anti-Shake- sowie MPEG4-Videofunktion. Unterstrichen wird die hochwertige Anmutung durch ein robustes Aluminium-Gehäuse (außer RCP-7330X), das in Schwarz oder Silber erhältlich ist.

Samsung Marktanteil bei Kameras steigt

Samsung Opto-Electronics hat steigende Anteile am deutschen Digitalkameramarkt bekanntgegeben. Demnach erreichten die Produkte des Unternehmens nach Erhebungen der GfK im Juni einen Marktanteil nach Stückzahlen von 7,3 Prozent. Das bedeutet Rang 6 auf dem deutschen Digitalkameramarkt. Damit habe Samsung Opto-Electronics seinen Gesamtmarktanteil, der im Vergleichszeitraum 2006 laut GfK noch 3,4 Prozent betrug, innerhalb eines Jahres fast verdoppelt, heißt es in einer Pressemitteilung. Samsung Opto-Electronics führt diesen Erfolg auf die konsequente Marken- und Produktstrategie des Unternehmens zurück.

Restrukturierung des Strong Vertriebs zur IFA abgeschlossen Fachhandelsausrichtung als Wachstumsfaktor

Als aktuelle Nummer vier des deutschen Set Top Boxen-Marktes hat sich Strong unter Geschäftsführer Andreas König in den vergangenen Monaten konsequent auf die neuen Herausforderungen eingestellt. Es wurde eine grundlegende Neuorganisation des Vertriebs vorgenommen sowie die strategische Modifikation des gesamten Produktsortiments in die Wege geleitet. Beide fachhandelsorientierten Ansätze prägen den diesjährigen Strong IFA-Messeauftritt.

Der TV-Receiver-Markt befindet sich in einer Phase umwälzender Veränderungen. Digitale Technologien, komplexe Ausstattungen, neue Satellitenplattformen und vieles mehr sorgen für eine nie dagewesene Dynamik. Dadurch wächst jedoch auch die Verunsicherung der Konsumenten, der Beratungsbedarf nimmt zu und die Orientierung an Markenprodukten steigt. Faktoren, die für Hersteller und Handel gleichermaßen große Chancen für ihr Receivergeschäft bieten. Im April 2007 übernahm Thomas Hedderich die Strong Vertriebsleitung für den gesamten deutschsprachigen Raum. Ihm folgte einen Monat später Carsten Quandt als Key Account Manager. In einem dritten Schritt baut Strong nun zum 1. August 2007 bzw. 1. September 2007 das Team um vier neue, branchenerfahrene Außendienstmitarbeiter aus. Parallel dazu wurden einige der ehemals selbständigen Strong Handelsvertreter fest eingestellt. Die insgesamt neun Vertriebsprofis gewährleisten eine flächendeckende Marktbetreuung und stellen sich in dieser Konstellation erstmals auf der IFA gemeinsam vor.

Neu im Team

Seit dem 1. August 2007 an Bord sind Jörg Miebach (42) und Sven Goldnau (31). Jörg Miebach übernimmt von Essen aus die Außendienst-Verantwortung für den Großraum Nordrhein-Westfalen. Er verfügt über 17 Jahre Vertriebserfahrung, davon zuletzt zehn Jahre für den Pay-TV Sender Premiere in der gleichen Region. Der gelernte Energieelektroniker Sven Goldnau aus Chemnitz arbeitete zuletzt als selbständiger Verkaufstrainer für führende Marken

der Unterhaltungselektronik. Er wird sich primär um den Auf- und Ausbau der Strong Distribution in Berlin, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Teilen der angrenzenden Bundesländer kümmern.

Als dritter Neuzugang startet Arif Yaman ab dem 1. September im Strong Team. Der 32jährige übernimmt als Area Sales Manager die Handelsbetreuung in Rheinland-Pfalz, Hessen, Saarland und Teilen von Baden-Württemberg. Yaman kommt vom Großhandel für Software, Bild- und Tonträger „TMI“ und war dort über fünf Jahre für den bundesweiten Vertrieb zuständig. Ab Herbst wechselt auch der 43jährige Uwe Gangl zu Strong. Er war zuvor Key Account Manager bei SM Electronic und wird sich bei Strong um die Großkunden und die lokalen Zentralen in Süddeutschland kümmern.

Feststellung als Erfolgsprinzip

Ihre Selbständigkeit gegen eine Festanstellung mit 100prozentiger Konzentration auf Strong tauschen Oliver Singer (Niedersachsen und Schleswig-Holstein), Jens Frieske (Baden-Württemberg und Nordbayern) sowie Emilia Maler (Bayern und Thüringen). Für Strong Geschäftsführer Andreas König ist diese Maßnahme eine grundlegende Notwendigkeit innerhalb seines Restrukturierungskonzepts: „Wir haben ein Team gebildet, das sich hundertprozentig mit unserer Marke und unseren Zielen identifiziert und diese konsequent umsetzt. Außerdem werden wir dadurch die persönliche Betreuung des Handels deutlich verbessern und unsere Distribution in den Bereich des Fachhandels entsprechend ausdehnen.“



Das Strong Vertriebsteam (v. l. n. r.): Vicki Grunicke, Emilia Maler, Oliver Singer, Sven Goldnau, Thomas Hedderich, Patrick Schmidle, Carsten Quandt und Jörg Miebach.

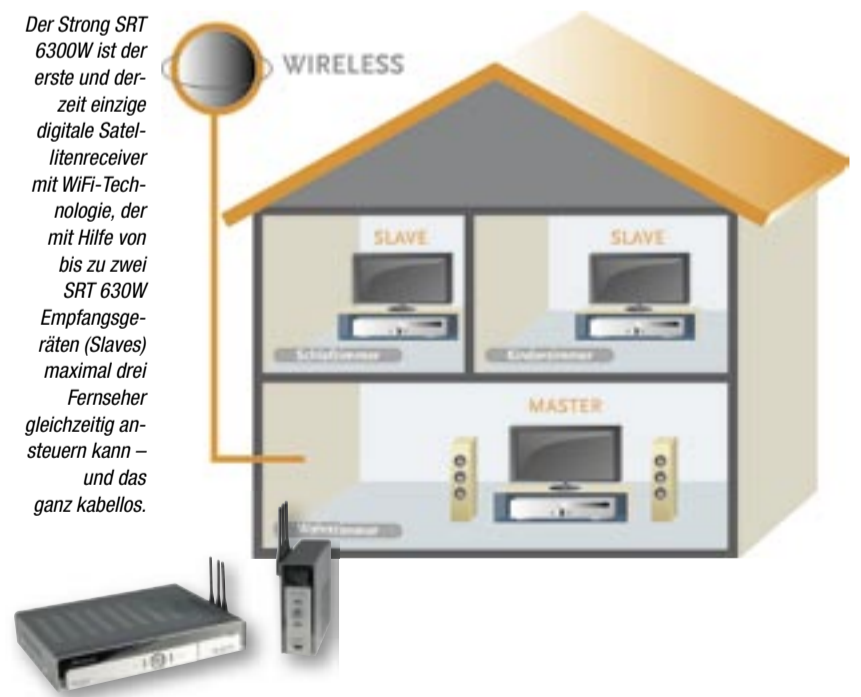
Produktinnovationen für hohe Kundenansprüche

Neben einem Sortiment von gut ausgestatteten Receivern im Einstiegsbereich für den digitalen Empfang über Satellit bzw. terrestrischer Antenne hat Strong sein Produktsortiment speziell im hochwertigen Marktsegment deutlich ausgebaut. Als Highlights stellt Strong auch zur IFA 2007 drei innovative Set Top Boxen vor. Mit 160-GB-Festplatte, zwei Common Interface Schnittstellen für alle Pay-TV Angebote und einer insgesamt hochwertigen Ausstattung bietet der digitale Satellitenreceiver Strong SRT 6365 PDR TV-Genuss auf höchstem Niveau. Dank der Twin Tuner-Technologie lässt sich immer ein Programm anschauen und gleichzeitig ein anderes aufnehmen. Terrestrische Antenne oder doch Satellitenschüssel? Diese Frage stellt sich mit dem Strong SRT 5245 nicht mehr. Als Hybrid-Receiver ist er in der Lage, Signale von beiden Empfangssystemen zu verarbeiten und in bester digitaler Qualität an das TV-Gerät weiterzugeben. Exklusiv von Strong ist der SRT 6300W. Der erste und derzeit einzige digitale Satellitenreceiver mit WiFi-Technologie kann mit Hilfe von bis zu zwei SRT 630W Emp-

fangsgeräten (Slaves) maximal drei Fernseher gleichzeitig ansteuern, ohne ab dem Master einen Meter Kabel durch das Haus zu verlegen oder eine aufwendige Satellitenanlage zu installieren. Damit wird Fernsehen im Wohnzimmer, Kinderzimmer und Hobbyraum höchst komfortabel. Jeder

wir uns auch mit so hochaktuellen Themen wie HDTV und Entavio. Strong hat bereits Lösungen in der Vorbereitung. Es macht aus unserer Sicht aber wenig Sinn, Produkte mit Druck in den Markt einzuführen, wenn es seitens der Fernsehsender noch kein wirkliches TV-Angebot gibt.

Der Strong SRT 6300W ist der erste und derzeit einzige digitale Satellitenreceiver mit WiFi-Technologie, der mit Hilfe von bis zu zwei SRT 630W Empfangsgeräten (Slaves) maximal drei Fernseher gleichzeitig ansteuern kann – und das ganz kabellos.



Slave ist wie ein vollwertiger Receiver ausgestattet. Der Hauptreceiver (Master) verfügt zudem über eine 160-GB-Festplatte, 2 CI Slots und Twin Tuner, so dass auch aufgezeichnete Filme via Funk an einen der Slaves übertragen werden können. „Natürlich befassen

Zum für Handel und Verbraucher richtigen Zeitpunkt werden wir auch mit entsprechenden Systemen präsent sein“, betont Vertriebsleiter Thomas Hedderich den strategischen Ansatz von Strong hinsichtlich zukünftiger Technologien.

Grundig auf der IFA

Neue Akzente in Design und Technik

Grundig präsentiert auf der IFA zahlreiche Neuheiten rund um das Thema TV, Audio und MP3. Zu den Highlights des diesjährigen IFA-Auftritts zählen neben Neuheiten im Audio-Segment die neuen Modelle der TV-Serien Fine Arts, Lenaro und Tharus.

Fine Arts steht für Exklusivität, Faszination und High-Tech. Was genau Grundig darunter versteht, kann man am besten am neuen Grundig Fine Arts des Jahres 2007/2008 erkennen. Denn der – schon vor Verfügbarkeit mit dem reddot design award 2007 ausgezeichnete – LCD-TV ist in Technik und Design gleichermaßen ein absolutes High-end-Gerät.

sorgfältig aufeinander abgestimmten Komponenten entsteht ein erstklassiger Sound mit einer ausgewogenen Basswiedergabe und einem beeindruckenden Klangbild.

Im Grundig Fine Arts arbeitet das Chassis Digi 200 mit HD Evolution, das den Nürnbergern schon mehrere Testsiege und exzellente Testergebnisse beschert hat. Die Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Pixeln bzw. über 6 Millionen Colour Pixeln sorgt in Verbindung mit Motion Compensation für ruckelfreie und scharfe Bilder auch bei schnellen Bewegungen, die dynamische Kontrastoptimierung Dynamic Contrast Plus sorgt für den bestmöglichen Kontrast und damit für eine optimale Tiefenschärfe.

ruckelfreien Fernsehgenuss inklusive. Das macht sich bereits beim klassischen Fernsehempfang bemerkbar: Hier liefert der Tharus natürliche und rauschfreie Bilder. Grundlage der klaren Bilddarstellung ist auch beim Tharus die von Grundig entwickelte Chassis-Plattform Digi 200. Als Full-HD-TV bietet der Grundig Tharus 37 LXW 94-9745 FHD mit einer Bildhöhe von 37 Zoll eine Auflösung mit 1.920 x 1.080 Pixeln. Der LCD-Fernseher arbeitet auch mit Easy Dialog und dem High-end Soundsystem Magic Fidelity. Der Tharus 37 LXW 94-9745 FHD ist ab sofort lieferbar. UVP: 2.299 Euro.

Lenaro

Mit dem neuen Lenaro 100 Hz (lieferbar ab Oktober 2007) setzt Grundig die Erfolgsgeschichte der Lenaro-Serie fort. Basis des neuen Lenaro ist das von Grundig weiterentwickelte Digi 200 Chassis, das neben der 100-Hertz-Technologie noch weitere technische Features für die Bildverbesserung enthält. So sorgen beispielsweise Digital Reference Plus II und Dynamic Contrast Plus für eine bestmögliche Bilddarstellung mit brillanten, absolut natürlichen Farben, einem optimalen Kontrast und maximaler Bildschärfe.

Bei der 100-Hz-Technologie wird die Bildanzahl von 50 auf 100 Bilder pro Sekunde verdoppelt. Aus gutem Grund: Von den Fernsehanstalten werden lediglich 50 Bilder pro Sekunde ausgestrahlt. Bei sehr schnellen Bewegungen reagiert das System Auge-Gehirn bei dieser Bildfrequenz mit einem Unschärfereindruck, denn die Flüssigkristalle des Displays springen alle 20 Millisekunden von einer Bewegungssequenz übergangslos auf die nächste um. Dieser Übergang wird als Unschärfe wahrgenommen, da der Mensch Bewegungen als kontinuierlichen Ablauf kennt, nicht als schnellen Bildwechsel. Im Fachjargon wird dieser vom System Auge-Gehirn erzeugte Unschärfereindruck „Motion Blur“ genannt.

Fast schon selbstverständlich sind bei so viel High-Tech die selbsterklärende, komfortable Benutzerführung Grundig Easy Dialog sowie das High-end-Soundsystem Magic Fidelity. Die UVP für den Grundig Lenaro 100 Hz lautet 1.999 Euro.

Die Benutzerführung Grundig Easy Dialog mit neu gestaltetem TV-Guide ist, wie der Name schon sagt, ganz unkompliziert in der Bedienführung. Durch Easy Dialog lernt der Kunde auf Tastendruck über die direkt zugeordneten Anzeigen auf dem Bildschirm alle Funktionen des Gerätes kennen, ohne dicke Handbücher wälzen zu müssen. Anschlussmöglichkeiten für Peripheriegeräte aller Art über HDMI und DVI, inklusive Kopierschutz HDCP, runden das Gesamtpaket ab. Der LCD-Fernseher mit einer 37“-Bildhöhe ist ab Dezember lieferbar. Die UVP beträgt ca. 3.000 Euro.

Tharus

Er sieht gut aus und bietet alles, was ein High-end-Gerät heute haben muss – Full-HD-Auflösung und Motion Compensation für

Grundig Fine Arts 2007



Grundig Tharus

Zwei Gestaltungselemente stehen beim neuen Fine Arts ganz besonders hervor: der extravagante Lautsprecher und die verspiegelte Front. Die Glasscheibe minimiert wie eine Brille alle externen Fremdlichtspiegelungen und sorgt als Kontrastfilter für sehr gute Bildqualität. Auch der großzügige Speakerbereich des Standgerätes ist mehr als nur ein Designelement. Er ermöglicht einen großen Resonanzkörper und liefert dadurch einen herausragenden Ton.

Hinter der Lautsprecherblende befindet sich das von Grundig entwickelte Drei-Kanal-Soundsystem Magic Fidelity mit insgesamt 2 x 15 Watt sowie zusätzlichen 25 Watt für den Subwoofer. Die Verstärkerstufen sind im Frequenzgang und der Charakteristik dem jeweiligen Lautsprecher optimal angepasst. Durch die

Richtig bequem wird es, wenn der DVB-T-Receiver direkt im TV integriert ist. Denn dann heißt es: Antennenstecker rein und fertig. Mit dem neuen Lenaro DVB-T erweitert Grundig seine Lenaro-Serie um Fernsehgeräte mit integriertem DVB-T-Empfänger. Der Lenaro DVB-T ist in 26, 32 und 37 Zoll erhältlich und deckt dadurch die gesamte Bandbreite der Kundenwünsche ab. Das hochwertige WXGA-Display liefert 1.366 x 768 Pixel, der horizontale Abstrahlwinkel von 178 Grad ermöglicht auch bei seitlicher Betrachtung ein klares Bild ohne Helligkeitsabfall. Der integrierte DVB-T-Recei-

ver verfügt über eine elektronische Fernsehzeitschrift (Electronic Program Guide EPG) mit acht Tagen Vorschau wie auch über eine now/next-Funktion. Bei den Anschlüssen ist alles vorhanden, was zur Ausstattung eines LCD-TVs gehört: Schnittstellen für HDMI inkl. HDCP, S-Video, YUV, SPDIF, PC und Kopfhörer. Die Grundig Lenaro DVB-T-Modelle sind ab Oktober lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 799 Euro für den Lenaro 26 LXW 68-7732 DVB-T, 999 Euro für den 32 LXW 82-7732 DVB-T und 1.399 Euro für den Lenaro 37 LXW 94-7732 DVB-T. *miz*

Grundig Lenaro DVB-T



Vivanco auf der IFA

Spezialist für anspruchsvolles Zubehör

Vivanco präsentiert sich auf der IFA wieder mit einem breiten Zubehör-Sortiment für Home-Entertainment, Mobile- und Office-Lösungen. Die Vertriebs-, Lizenz- und Entwicklungs-k Kooperationen des Unternehmens demonstrieren dabei Technik- und Angebotskompetenz.

Eine wichtige Produktgruppe des Zubehörspezialisten ist der Bereich „Funk“, in dem das Unternehmen seit über 15 Jahren Erfahrung hat und dessen Kernkompetenz bei Kopfhörern und Babyfonen liegt. Zu dem Kopfhörer-Segment zählen Funkkopfhörer (Vivanco gehört zu den drei meistverkauften Funkkopfhörermarken), ein innovatives 2,4-GHz-Sortiment und Outdoor-Lautsprecher. Das Vivanco-Sortiment umfasst außerdem Fernbedienungen, Wandhalterungen, HDMI-Verbindungszubehör sowie Zubehör rund um die Produktbereiche MP3, Navigation, GSM und DigitalPhoto. Hierbei ist Vivanco auch einige Kooperationen eingegangen, zu denen unter anderem die Zusammenarbeit mit Unternehmen wie iC Chief, Shure, Covertex und Caseman zählt. Ein weiterer wichtiger Geschäftsbe-reich bei Vivanco ist das Zubehör-Angebot im PC-Segment. Hierzu

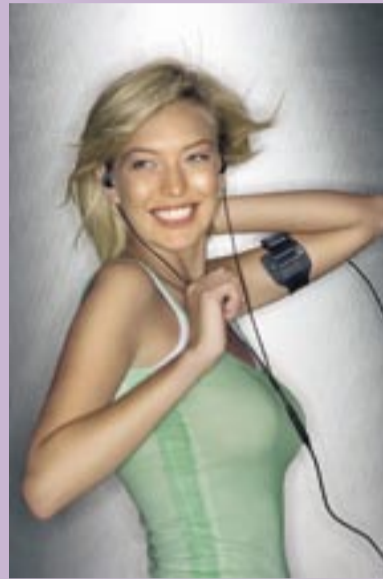
zählen Notebookzubehör und Notebooktaschen, innovative Produkte wie beispielsweise die kleinste Laser-Mouse und viele attraktive Bundles. Hochwertige Soundsysteme umfassen ebenso das Angebot wie PC-Kopfhörer, PC-Webcams und Zubehör rund um das Thema Voice over IP. Vivanco legt dabei großen Wert auf den Vertrieb von hochwertigen und designorientierten Produkten.

Positionierung am PoS

Das Ziel des Vivancoauftritts am PoS und in der Kommunikation ist es, eine schnellere Wiedererkennung der Marke und Produkte durch sogenanntes cross-selling zu gewährleisten. Als Schlüsselement des Vivanco Corporate Designs dient dabei das bekannte Logo, das aufgrund der Ausrichtung „Technology for Lifestyle“ mit neuen Design-Elementen gestaltet wurde. Bestimmte

Vivanco erweitert Shure Ohrhörer Sortiment

Seit März 2007 bietet Vivanco die Modelle der Shure Sound Isolating Ohrhörer exklusiv in Deutschland für die Vertriebskanäle Media Markt, Saturn und den kooperierten Fachhandel an. Neu im Sortiment sind die SE-Modelle SE110, SE210, SE310, SE420 und SE530(PTH). Diese Ohrhörer-Produktfamilie basiert auf den Stärken der E-Serie und bietet zudem eine Reihe einzigartiger Merkmale wie etwa neue Klangsignaturen (individuelle Klangcharakteristik eines jeden Ohrhörers), erweiterte Modularität und eine verbesserte Ergonomie. Die Shure Sound Isolating Ohrhörer bieten Audio-Genuss auf Profi-Niveau und HiFi-Studio-Qualität auch für portable Endgeräte. „Wir sind überzeugt, dass wir mit der Erweiterung unseres Produktportfolios um die Shure Sound Isolating Ohrhörer unseren Kunden hochwertiges und technisch anspruchsvolles Audiozubehör aus dem attraktiven Premium-Segment bieten. Wir freuen uns auf eine strategische Zusammenarbeit mit Shure Personal Audio“, sagt Thomas Benecke, General Manager Product Management und Marketing bei Vivanco. Auch Nils Prösser, Marketing Manager Consumer Audio bei Shure EMEA, ist fest von der Kooperation überzeugt: „Vivanco bedient mit seinem hochwertigen Sortiment die für Shure relevanten Distributionskanäle. Mit einem starken Distributionspartner können wir der hohen Nachfrage nach unseren Produkten optimal gerecht werden.“



Themenwelten grenzen einzelne Produktbereiche ab, um einen genaueren Überblick zu vermitteln. Dabei führen klare und ruhige Farben zu einem wertigen Gesamteindruck – das Design weckt Aufmerksamkeit. Vivanco unterstützt seine Fachhandelspartner mit der richtigen Platzierung von Promotionprodukten auf der Verkaufsaktionsfläche mit unterstützenden Verkaufsd-displays, Plakaten und attraktiven SB-Verpackungskonzepten. Passendes und ertragreiches Zubehör wie z. B. die HDMI-Verbindungen werden möglichst nahe an der Ausstellungs- und Verkaufsfläche der Geräte platziert, wie z. B. an TV-Flachbildschirmen, um eine noch bessere Aufmerksamkeit zu garantieren („Placement-Matrix“). Die richtige Drittplatzierung, u. a. Palettenstraße und Kassenzonenplatzierung, ist für Vivanco außerdem sehr wichtig. Zudem bietet das Unternehmen seinen Handelspartnern Produkt- und System-schulungen, die speziell dem Verkaufssortiment angepasst sind und Produktkenntnisse, Technologien und Verkaufsargumente vermitteln. *miz*

Pos Aktuell

ElectronicPartner lädt zu Hausmessen

„ElectronicPartner presents: Best of IFA“ heißt es vom 7. bis 9. September in Düsseldorf, wenn dort die Düsseldorfer Messehalle 6 zum Kompetenzzentrum für die Mitglieder der Verbundgruppe ElectronicPartner wird. Auf über 20.000 Quadratmetern prä-

die Wünsche der Kunden: 100 Hertz lautet das Schlagwort im Bereich der LCD- und Plasma-TV-Geräte. Der Trend geht zu großen Bildschirmdiagonalen bis hin zu 50/52 Zoll in Verbindung mit „Full HD“.

Bei der Telekommunikation darf sich das Publikum auf das neue Mobilfunk-/Festnetzkonzept 2008 Plus freuen. Die neuesten Handy-Modelle sind vielseitig: Ob Telefonie, Musik, Foto und Video, Navigation oder Businessfunktionen wie Internet und Mail, die mobilen Alleskönner bieten mehr Funktionen denn je. Große Chancen für den Fachhandel bietet auch die Prä-

sen Messen nach Augsburg und Genshagen. Die ElectronicPartner-Niederlassung in Augsburg hat am Samstag, 22. September, zusätzlich zur Eröffnung der hauseigenen Messe einen weiteren Grund zum Feiern: Um 11.00 Uhr lädt ElectronicPartner zu einer Feierstunde anlässlich der Eröffnung des erweiterten Logistik-Zentrums ein.

Die Termine im einzelnen:

- ElectronicPartner Herbstmesse in Düsseldorf: 7.-9.9.
- ElectronicPartner Hausmesse in Genshagen bei Berlin: 15./16.9.
- ElectronicPartner Hausmesse und Eröffnung des erweiterten Logistikstandortes Augsburg: 22./23.9.

„Wir freuen uns, auch in diesem Herbst

unseren Unternehmern wieder ein umfassendes Leistungspaket für ihr Weihnachtsgeschäft zu überreichen“, kommentierte Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner. „Zudem belegen wir auch mit dem Ausbau unseres Logistik-Zentrums in Augsburg erneut: ElectronicPartner wächst stetig.“

Loewe meldet für das erste Halbjahr Umsatzrückgang von neun Prozent

Der Umsatz des Loewe Konzerns ist im ersten Halbjahr 2007 von 171,3 Mio. Euro um neun Prozent auf 155,1 Mio. Euro zurückgegangen. Dabei verdoppelte sich der vergleichbare Vorjahreszeitraum durch kräftige Nachfrageimpulse durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland sehr begünstigt. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag trotz des niedrigeren Umsatz- und Produktionsvolumens in den ersten sechs Monaten 2007 mit 7,9 Mio. Euro nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Die EBIT-Marge verbesserte sich durch den höheren Umsatzanteil margenstarker LCD-Geräte um 0,3 Prozentpunkte auf 5,1 Prozent. „Das erste Halbjahr hat unsere Erwartungen erfüllt“, betonte Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG. „Als Premiummarke fokussiert sich Loewe künftig noch mehr auf eine wertorientierte Vermarktung seiner Produkte. Mit der Fortsetzung unserer Produktoffensive im zweiten Halbjahr 2007 mit hochauflösenden LCD-TVs und dem starken Ausbau des Audiosegments wollen wir mittelfristig die führende Marke für individuelle Home Entertainment-Systeme in Europa werden.“

Wesentliche Ursache für den Umsatzrückgang in den ersten sechs Monaten 2007 sind die im Vorjahreszeitraum enthaltenen Umsätze mit Bildröhrengeräten und OEM-TV-Lieferungen an Sharp in Höhe von 11,4 Mio. Euro. Zudem hat der Vorjahreszeitraum von vorgezogenen Käufen durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland profitiert. Hauptumsatzträger bei Loewe sind weiterhin LCD-Fernsehergeräte,

deren Umsätze im ersten Halbjahr 2007 mit 124,5 Mio. Euro nahezu auf dem hohen Niveau des Vorjahres lagen. Dabei verdoppelte sich der Umsatzanteil der großformatigen TV-Geräte (ab 37 Zoll) von 22 Prozent im Vorjahr auf 47 Prozent im ersten Halbjahr.

Aufgrund der wertorientierten Vermarktung der Loewe Produkte konnte im zweiten Quartal 2007 mit einem EBIT in Höhe von drei Mio. Euro der hohe Vorjahreswert wieder erreicht werden. „Unsere konsequente und stabile Preispolitik sowie das weiter verbesserte Produktmix haben maßgeblich zur Stärkung der Ertragslage beigetragen“, so Hecker weiter. „Zur Durchsetzung der Loewe Premiumpositionierung und dem damit verbundenen Ausbau der Marge verzichten wir bisweilen bewusst auf Umsatz- und Marktanteilssteigerungen.“

Die Preise für LCD-TVs waren auch in den ersten sechs Monaten 2007 rückläufig. Der europäische TV-Markt wird sich dennoch weiterhin positiv entwickeln. Gründe dafür sind die anhaltend dynamische Marktentwicklung bei großformatigen Flachdisplay-TVs in Europa, neue attraktive digitale Produkte, die jährlich stattfindende Internationale Funkausstellung (IFA) in Berlin sowie das gestiegene Markenbewusstsein der Konsumenten. Hecker: „Für das Gesamtjahr 2007 rechnen wir weiterhin mit einem Umsatzwachstum von rund zehn Prozent auf 380 Mio. Euro und einer Ergebnisverbesserung beim EBIT von mindestens 20 Prozent auf 16 bis 18 Mio. Euro.“



sentieren rund 300 Aussteller die Top-Trends in Sachen Technik für das Weihnachtsgeschäft. Rund 14.000 Fachbesucher aus ganz Europa erwartet das Team von ElectronicPartner allein zur Herbstmesse in Düsseldorf. Die Highlights sind so vielseitig wie

sentation von IP-TV und DSL-Hochgeschwindigkeitszugängen. Im Bereich Sat-Empfang stehen ebenfalls interessante Vermarktungs- und Installationskonzepte für den Fachhandel bereit. Zusätzlich bringt ElectronicPartner die IFA-Highlights kompakt auf die hauseige-

POs Aktuell

Kino- und TV-Service im mobilen freenet Portal

freenet-Nutzer genießen den Sommer und verpassen trotzdem keinen Neustart im Kino oder die Lieblingsserie im TV, denn sie finden detaillierte Informationen zum aktuellen Kino- und TV-Programm im mobilen Portal von freenet unter <http://mobil.freenet.de> – und in der Spielzeit der Fußball-Bundesliga gibt es dort auch einen Konferenz-Ticker live. In der Rubrik Kino-Programm hat der Nutzer zwei Möglichkeiten, in die Suche einzusteigen: Entweder sucht er direkt nach dem Film seiner Wahl, oder er steigt über die Suche nach dem favorisierten Kino in seiner Nähe ein. Schon bekommt er alle Infos zu allen Filmen in seiner Stadt. Als besonderen Service liefert freenet alle deutschlandweiten aktuellen Kino-Neustarts der Woche. Auch das TV-Programm bietet vielfältige Einstiegsmöglichkeiten, zum Beispiel über die Sender oder über ein bestimmtes Genre wie Spielfilme oder Serien. Eine weitere Möglichkeit ist die Programmsuche, um nach dem richtigen Beitrag für den Fernsehabend zu suchen. Darüber hinaus informiert freenet auf einen Blick, was zur besten „deutschen“ Sendezeit läuft und liefert alle Sendungen, die um 20.15 Uhr starten, auf einen Blick.

freenetKomplett in über 700 Städten verfügbar

Immer mehr Deutsche haben die Möglichkeit, mit freenet den Schritt ins World Wide Web zu machen, ohne dabei auf einen Telekom-Anschluss angewiesen zu sein: Heute können bereits User in über 700 Städten ohne Telekom-Anschluss mit freenetKomplett „im grünen Bereich“ surfen und telefonieren. Und die Erschließung weiterer Anschlussgebiete wird kontinuierlich vorangetrieben. „Wir sind stolz darauf, in der kurzen Zeit seit Einführung von freenetKomplett bereits eine so flächendeckende Verfügbarkeit erreicht zu haben“, sagte Claas Voigt, Leiter Internet Access bei freenet. „Damit gehören wir zu den am weitesten verbreiteten Anbietern von DSL-Komplettangeboten.“ Mit freenetKomplett bekommen die Kunden ein attraktives Paket für einen monatlichen Grundpreis von nur 19,95 Euro: Highspeed-DSL mit bis zu 2.000 kbit/s und einem Gigabyte Freivolumen sowie einen komfortablen Telefonanschluss, bei dem sie ab 1,9 Cent pro Minute ins deutsche Festnetz telefonieren können. Auf Wunsch ist das Paket sogar mit bis zu

16.000 kbit/s erhältlich. Gespräche innerhalb der freenet-Community, die bereits mehr als eine Million Kunden umfasst, sind kostenlos. Wer beim Surfen und Telefonieren ganz auf Einschränkungen verzichten will, hat die Wahl, ob er separat die Telefonflat oder die DSLflat für jeweils 9,95 Euro pro Monat dazubuchen möchte oder ob er beide für monatlich 15 Euro miteinander kombiniert. Zudem bietet freenet seinen Kunden seit kurzem zusätzlich zum DSL- und Telefonie-Komplettangebot kostenlos und unverbindlich die freenetKomplett Mobile-Flat – eine SIM-Karte mit einer Mobilfunk-Flatrate ins deutsche Festnetz. Hier sind alle Gespräche ins deutsche Festnetz gratis.

The Phone House begrüßt 50. Franchisepartner-Shop

The Phone House baut sein Exklusivpartnermodell weiter aus: Ende Juli hat der unabhängige Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment in Frechen bei Köln seinen 50. Franchisepartner-Shop eröffnet. In den kommenden drei Jahren soll die Zahl der Franchisepartner-Shops vervierfacht werden. „Wir verfolgen eine konsequente Expansionsstrategie und bieten Partnern nicht nur das umfangreichste Produktportfolio der Branche, sondern auch langfristige und gute Verdienstmöglichkeiten“, erklärte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House. „Diese Aspekte und die kontinuierliche Unterstützung bei allen betriebswirtschaftlichen Angelegenheiten machen The Phone House zu einem interessanten Partner für Franchisenehmer.“

Der Jubiläums-Shop in Frechen wird von André Thormann betrieben. „The Phone House war für mich die erste Wahl“, meinte Thormann. „Das Unternehmen hat mich durch sein umfangreiches Leistungsprogramm sowie durch die professionelle Hilfestellung während der Gründungsphase überzeugt. Hier kann ich sicher sein, dass ich in meiner Selbständigkeit optimal unterstützt werde.“ Franchisepartner bzw. Exklusivpartner sind ein wesentlicher Baustein der Wachstumsstrategie von The Phone House. Bis zum Jahr 2010 will das Unternehmen die Zahl seiner Shops in Deutschland von derzeit rund 180 auf rund 500 erhöhen. Mindestens 200 davon sollen im Franchisebetrieb von Exklusivpartnern geführt werden. Das Exklusivpartnermodell von The Phone House ist eng verzahnt mit den eigenen Retail-Aktivitäten. „Ziel ist es, Synergien sinnvoll zu nutzen“, so Simon. Neben dem Zugang zum kompletten Produktportfolio von The Phone House, den überregionalen Kampagnen und Werbeaktionen sowie einem für die

Branche überdurchschnittlichen jährlichen Marketingbudget im fünfstelligen Bereich profitieren die Franchisenehmer zudem von attraktiven Provisionen, unter anderem Abschlussprovisionen und Beteiligungen am Umsatz der gewonnenen Kunden. Für Thorsten Fluck, der bei The Phone House als Leiter des Geschäftsbereiches Shops auch den Vertriebskanal Exklusivpartner verantwortet, ist deswegen das Partnermodell eine attraktive Chance für jeden angehenden Unternehmensgründer: „Wer daran denkt, sich im Telekommunikationsumfeld selbständig zu machen, kommt an The Phone House nicht vorbei. Als unabhängiger Komplettanbieter können wir unseren Partnern die gesamte Produktpalette von Mobilfunk über Festnetz und DSL bis hin zu mobilem Entertainment anbieten. Damit haben unsere Partner gleich mehrere sichere Standbeine und können dadurch wirtschaftlich erfolgreich sein.“

O₂ Germany senkt die Preise der Minutenpakete

O₂ Germany hat Mitte August die Preise für seine Minutenpakete gesenkt und dazu eine Werbekampagne gestartet. Auf reichweitenstarken TV-Sendern wie Pro7, Sat 1 oder RTL läuft ein 20sekündiger TV-Spot, ergänzt von einem fünfsekündigen „Abbinder“, in dem das Angebot beworben wird, als Wechselkunde seine bisherige Rufnummer gratis zu O₂ mitnehmen zu können. Zudem schaltet das Telekommunikationsunternehmen Anzeigen in Titeln wie TV Spielfilm, Stern, Spiegel, Focus, Computer-Bild, Geo und connect. Ergänzt wird die Kommunikation durch eine breit gestreute Online-Kampagne. Mit dem O₂ Inklusiv Paket 50 für fünf Euro im Monat hat O₂ ein sehr günstigstes Minutenpaket im Markt – ideal für Kunden, die wenig telefonieren. Zudem sind das O₂ Inklusiv Paket 100 für zehn Euro, das O₂ Inklusiv Paket 250 für 25 Euro und das O₂ Inklusiv Paket 500 für 40 Euro erhältlich. Für einen Vertrag mit hochwertigem Handy kommen jeweils zehn Euro zum monatlichen Paketpreis hinzu. Der einheitliche Preis für SMS und jede Folge-Minute liegt bei 19 Cent – für Gespräche in das Netz von O₂ Germany genauso wie in Fremdnetze. Mit der Kampagne soll verdeutlicht werden, dass sich Kunden mit den O₂ Inklusiv Paketen keine Gedanken über Mehrkosten für Gespräche in Fremdnetze machen müssen. Sie telefonieren zu einem günstigen Paketpreis in das Festnetz und alle deutschen Mobilfunknetze. Der Spot verbildlicht diese Aussage mit einem Protagonisten, der angespannt telefonierend durch eine Stadt läuft. Als ihm ein massives Hindernis den Weg versperrt, bleibt er stehen und beendet sein Gespräch. Er schaut

PoS-MAIL-Redakteur Herbert Päge ist jetzt Dr. phil.

Fast 20 Jahre, nachdem er sein Journalistik- und Politikwissenschaft-Studium an der Universität Dortmund als Diplom-Journalist abgeschlossen hat, ist PoS-MAIL-Redakteur Herbert Päge im Juli von der Fakultät Kulturwissenschaften der Uni Dortmund zum Dr. phil. promoviert worden. Der Verleihung des Doktorgrades vorausgegangen waren die Annahme der Dissertation „Karikaturen in der Zeitung“ durch die beiden Gutachter Prof. Ulrich Pätzold und Prof. Hans Bohrmann sowie die erfolgreich bestandene Disputation. In seiner 379 Seiten umfassenden Doktorarbeit untersucht Päge, wann und wie Karikaturen entstanden sind und wie sie ihren Weg in die heutigen Tageszeitungen gefunden haben. Darüber hinaus erörtert er die Frage, ob Karikaturen eine journalistische Darstellungsform und Karikaturisten Journalisten sind, und die Auswertung einer Umfrage unter Tageszeitungs-Karikaturisten gibt Einblicke in deren Persönlichkeit, Arbeitsalltag und Arbeitsbedingungen. Ein auf der Dissertation basierendes Buch „Karikaturen in der Zeitung. Engagierter Bildjournalismus oder opportunistisches Schmuckelement?“ ist bei Shaker Media erschienen (ISBN 978-3-940459-07-7, Informationen unter www.karikaturen-in-der-zeitung.de). Päge arbeitet als freier Journalist in Recklinghausen und ist seit vielen Jahren als fester freier Mitarbeiter auch für den C.A.T.-Verlag tätig, dort unter anderem für die Fachzeitschriften PoS-MAIL, imaging+foto-contact und INTERNATIONAL CONTACT sowie für PHOTO MARKETING, die deutschsprachige Ausgabe der Verbandszeitschrift der US-amerikanischen Photo Marketing Association (PMA).



Zeichnung: Heiko Sakurai



nach oben und sieht einen großen Schriftzug mit dem Wort ‚Kosten‘ aus Beton. Dieses Bild symbolisiert das Gefühl, sich Gedanken über Fremdkosten machen zu müssen. Nun greift der Protagonist nach dem Beton-Schriftzug, der sich in diesem Moment stark verkleinert und in einen Neon-Schriftzug verwandelt. Er nimmt den nun kleinen Neon-Schriftzug in die Hand, steckt ihn in die Tasche und beginnt erneut zu telefonieren, diesmal ganz entspannt. Mit den O₂ Inklusiv Paketen hat er seine Kosten nun voll im Griff. Der nachgeschaltete „Abbinder“ weist darauf hin, dass Rufnummern gratis zu O₂ mitgenommen werden können.

Bei Vodafone kommen Mails per Sprach-MMS

Ab sofort bietet Vodafone mit der „Vodafone Visual Mailbox“ eine neuartige Mailbox, die Nachrichten per Sprach-MMS direkt auf das Handy weiterleitet. Damit wird jede Sprachnachricht direkt auf dem Handy bereitgestellt. Die Nachricht ist dann mit einem Klick verfügbar, die Mailbox muss nicht extra abgehört werden. Die Nutzung der neuen Mailbox-Generation ist für alle Vodafone-Kunden kostenlos. Der innovative Charakter und der hohe Bedienkomfort für den Kunden wurden bereits vor Markteinführung der neuen Visual Mailbox durch die Auszeichnung mit dem Technologiepreis „Plus X Award“ bestätigt. Und so funktioniert Vodafone Visual Mailbox: Hinterlässt ein Anrufer eine Nachricht auf der Mailbox, wird diese per Sprach-MMS direkt auf das MMS-Handy geschickt. Durch Öffnen der MMS wird die hinterlassene Nachricht automatisch abgespielt. Erstmals ist jede Mailbox-Nachricht so mit nur einem „Klick“ sofort verfügbar und kann, unabhängig von der Reihenfolge der Nachrichten auf der Mailbox, direkt ausgewählt werden. Das bisherige Lesen der SMS-Benachrichtigung und der anschließende Anruf zur Mailbox entfallen. Der Kunde entscheidet, wann er die Nachricht öffnet. Er kann sie beliebig oft abspielen und als Text- oder Sprachnachricht beantworten bzw. weiterleiten oder auf dem Handy speichern. Das Verwalten der Mailbox-Nachrichten ist damit so einfach, wie Kunden es bisher von SMS und E-Mails kennen. Das verkürzt

die Reaktionszeit erheblich. Jeder Anrufer hat Gewissheit, dass seine Nachricht direkt zugestellt wird und kurzfristig vom Angerufenen abgehört werden kann. Alle Nachrichten werden zusätzlich wie bisher in der Mailbox gespeichert und können dort wie gewohnt abgehört werden. Der Service steht bei allen Rufumleitungen zur Verfügung. Vodafone Visual Mailbox steht ab sofort allen Vodafone Mailbox Nutzern in einem Laufzeitvertrag von Vodafone kostenfrei zur Verfügung und kann über den Anruf unter der kostenlosen Sonderrufnummer 12051 gebucht werden.

Talkline stellt sich im DSL-Markt breiter auf

Talkline stellt sich im Wachstumsmarkt DSL jetzt noch breiter auf. Nach erfolgreichen Tests der Breitbandangebote von Alice, Arcor und T-Home in den Talkline Shops bei Karstadt beginnt das Unternehmen jetzt mit dem Rollout in die Fläche beim Fachhandel. Somit positioniert sich Talkline bundesweit als Full Service Anbieter digitaler Dienstleistungen. Als klarer Vorteil für den Kunden stellt das Unternehmen dabei heraus, dass der Kunde Services und Produkte für den gesamten Kommunikationsbedarf in den Talkline Shops erhält und bei Mobilfunk, Festnetz und Internet freie Netzwahl genießt. Service Provider Kunden sind es gewohnt, zwischen den besten Netzen und Produkten wählen zu können. Analog zu seinem Mobilfunkangebot hat Talkline daher gleich drei DSL-Anbieter in seine Shops geholt. Im Mai startete das Angebot erfolgreich in den rund 90 Talkline Shops bei Karstadt. Planmäßig profitieren jetzt auch die übrigen Vertriebskanäle von den DSL-Produkten. Die Talkline Stores und großen Distributoren mit ihren Vertriebspartnern haben als erste Zugriff auf die DSL-Produkte. Anschließend erhalten alle freien Fachhändler und schließlich die übrigen Vertriebswege entsprechende Informationen aus Elmshorn. „Mit dem lukrativen DSL-Geschäft wird Talkline für Vertriebspartner jetzt noch attraktiver“, sagte Andreas Heil, Vice President Sales bei Talkline. „Da wir das Angebot in unseren Talkline Shops bei Karstadt erfolgreich eingeführt haben, sind wir nun optimal aufgestellt, in die Fläche zu gehen.“

Die Gutacker TeleCommunication GmbH feiert das 20jährige Bestehen

Als das Internet noch eine Plattform für Experten war, hat die EDV-Beratung Gutacker & Partner bereits den Bedarf von Mittelständlern an Online-Kommunikationsdiensten erkannt. Das seinerzeit aus drei Mitarbeitern bestehende Unternehmen unter Leitung von Gernot Gutacker entwickelte deshalb eine Mailbox, über die KMUs miteinander kommunizieren konnten. Das war die Geburtsstunde der Gutacker TeleCommunication GmbH in Stuttgart, die in diesen Tagen ihr 20jähriges Bestehen feiert.

Schon bald übernahm die GTC Mailbox viele Kommunikationsfunktionen für kleinere Unternehmen – eine davon war eine Faxfunktion. Zu dieser Zeit waren es die Stuttgarter, die das Postmonopol für den Telefaxversand durch den Umweg über Luxemburg zeitweise durchbrachen und durch die Ausnutzung des Ortstarifs an 50 lokalen Standorten günstige Preise realisieren konnten. Heute ist das inzwischen 30 Mitarbeiter umfassende Unternehmen einer der führenden Anbieter von Kommunikations-Dienstleistungen für Unternehmen. Über die eigene Entwicklungsabteilung passt sich GTC Kommunikationsdienste rund um Fax, E-Mail und SMS individuell an die Bedürfnisse der Kunden an und setzt technische Neuerungen kurzfristig um.

Die Fax-Dienste wie Mailings, Internetfax und Faxempfang werden zwischenzeitlich über Hochleistungsrechner der

neuesten Generation abgewickelt. 2000 wurden die GTC-Faxsysteme mit dem DTS-Siegel für höchstmögliche fehlerfreie Übertragung ausgezeichnet. Eine große Rolle spielen im Portfolio heute E-Mailings, SMS-Dienste (SMS-Mailings, Web-SMS) sowie Web- und Telefonkonferenzen. Die Dienste können vom Kunden rund um die Uhr vollautomatisch genutzt werden. Die GTC Kundenberatung steht jederzeit unterstützend bereit – dank Notfallnummer 24 Stunden pro Tag. Die GTC-Produkte werden heute weltweit vertrieben. Ein Netz von Resellern verkauft diese außerhalb Deutschlands. Hochleistungsrechner und strenge Sicherheitsvorkehrungen stellen dabei eine 24/7-Systemverfügbarkeit sicher.

Um den hohen personellen Qualitätsansprüchen gerecht zu bleiben, bildet GTC in den Berufen Kaufmann für Bürokommunikation und IT-Fachinformatiker Anwendungsentwicklung selbst aus.

„Ständige technische Weiterentwicklungen gemäß den Bedürfnissen unserer Kunden sind unser Markenzeichen“, meinte GTC-Geschäftsführer Volker Biedinger. „Marktbedürfnisse und technische Entwicklungen werden von uns laufend analysiert, und unser Produktportfolio wird entsprechend optimiert. Neben unseren treuen Kunden sind unsere hochqualifizierten Mitarbeiter heute unser größtes Kapital. Gemeinsam schauen wir optimistisch in die Zukunft.“

Dangaard Telecom/Brightpoint präsentiert sich auf der IFA

Mit doppelter Power voran heißt es seit Anfang August in Trier: Dangaard Telecom und Brightpoint haben sich zu einem Unternehmen zusammengeslossen und ihre Kraft gebündelt. Kraft, das bedeutet in Zahlen einen addierten Gesamtumsatz beider Unternehmen von gut 4,6 Milliarden US-Dollar und einen Gewinn von rund 106 Millionen US-Dollar im Jahr 2006. Auf der Funkausstellung in Berlin nutzt das Unternehmen die Chance, sich und seine Leistungen erstmals der Öffentlichkeit und den Handelspartnern zu präsentieren.

Mehr als 3.700 Angestellte sind jetzt in 25 Ländern der Erde für das neue Unternehmen aktiv. „Durch den Zusammenschluss haben wir unser Leistungsvermögen weiter gesteigert und unsere globale Präsenz deutlich ausgebaut“, sagte Brightpoint-Vorstandsvorsitzender Robert J. Laikin am Hauptsitz des Unternehmens in Plainfield, Indiana (USA). „Durch die Fusion haben zwei der führenden Unternehmen aus den Bereichen mobile Kommunikationsgeräte und Distribution/Logistik zusammengefunden, um sich als Global Player dem Wettbewerb zu stellen. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Lieferanten, Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre gemeinsam von der globalen Plattform profitieren, die entstanden ist.“

Zentrale in Trier steuert das Deutschlandgeschäft

Dies bedeutet natürlich auch für die deutschen Niederlassungen, dass sie zukünftig vereint am Erfolg des Unternehmens, aber auch am Erfolg der Handelspartner arbeiten werden. So wird das gesamte Deutschlandgeschäft

Sonderangebote an jedem Messetag

An jedem Tag der Funkausstellung hält Dangaard Telecom/Brightpoint spezielle Messeangebote für die Fachhändler bereit. Diese können sich auf besondere Angebote aus den Bereichen Festnetz, Navigation, Mobiltelefone, Zubehör und Smartphones freuen. Aber: Die Angebote gelten nur jeweils an dem Tag, und sie sind nur auf dem IFA-Messestand 230-4 in Halle 4.2 zu bekommen. Wer die IFA für Schnäppchen nutzen will, sollte den Stand öfter besuchen.



aus der Unternehmenszentrale in Trier gesteuert. Eine zusätzliche Außenstelle in Düsseldorf koordiniert das Smartphone-Business.

Neue Perspektiven für die Handelspartner

Für die bisherigen und zukünftigen Handelspartner von Dangaard Telecom/Brightpoint eröffnen sich



Sie leiten seit Anfang August gemeinsam die Geschäfte des fusionierten Unternehmens: Jörn Husted (l.) und Stefan Duelli.

durch die Fusion in erster Linie Perspektiven für eine erfolgreiche Zukunft mit einer Vielzahl von neuen Möglichkeiten.

Es wird ein reger Erfahrungsaustausch stattfinden, Kompetenzen werden sich ergänzen und neue Möglichkeiten eröffnen. Gewinnbringende Konzepte, ein noch umfassenderes Warensortiment in den Bereichen Zubehör und Smartphones sowie mobile Lösungen, die den Partnern neue Potentiale eröffnen und ihnen die Chance geben, neue Zielgruppen anzusprechen, sind nur einige der Vorteile für das tägliche Geschäft der Händler.

Am IFA-Stand werden Tk-Trends gezeigt

Tk-Händler, die die IFA 2007 besuchen, haben bereits einen wichtigen Schritt getan, um die Weichen für die Zukunft ihres Geschäftes richtig zu stellen, denn keine andere Messe in Deutschland ist derzeit in der Lage, die Verzahnung von Kommunikation, Home-Entertainment und neuen Formen

des Imaging – als Foto und als Video – so facettenreich aufzuzeigen wie die Internationale Funkausstellung.

Und nirgendwo anders bekommen Fachhändler so ausführlich demonstriert, wie auch sie von den neuen Entwicklungen profitieren können. Denn es sind nicht nur die klassischen Tk-Themen, die es in Berlin zu begutachten gibt. Längst haben sich Navigation, mobile E-Mail und mobile Officeanwendungen als Umsatz- und Ertragsbringer im Handel etabliert. Aber die IFA zeigt noch weit mehr. Denn dort, wo es beispielsweise um schnelle Internetzugänge geht, kommen plötzlich auch Themen wie Live-TV oder Videostreaming oder, global gesehen, Heimvernetzung auf die Tagesordnung. Und damit werden neue Produktseg-

mente für den Tk-Handel interessant, die bislang möglicherweise noch gar nicht in dessen Fokus gestanden haben.

Ausführliche Informationen zu den aktuellen Trends gibt es auf dem Stand von Dangaard Telecom/Brightpoint im Reseller Park, Halle 4.2, Stand 230-4. Zu sehen gibt es dort Aktuelles aus allen Bereichen:

- Festnetz: Das Festnetzgeschäft läuft auf Hochtouren, und Partner von Dangaard Telecom/Brightpoint profitieren von außergewöhnlich hohen Margen. Auf dem Messestand wird zu diesem Bereich die neue Produktrange der Deutschen Telekom im Mittelpunkt stehen, aber auch weniger

Täglich Schulungen von ViaMichelin

Täglich um 13 Uhr informiert ViaMichelin auf dem Stand von Dangaard Telecom/Brightpoint über neue Produkte, neue Software und das neue Verpackungsdesign.

Happy Hours am Stand von Brightpoint/Dangaard Telecom

Auch auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin lädt Dangaard Telecom/Brightpoint seine Kunden wieder gemeinsam mit Partnern zu Happy-Hours für Fachhändler ein. In Berlin finden die Veranstaltungen am Samstag (1.9.) mit T-Home und am Montag (3.9.) mit Nokia statt. Ab 18 Uhr gibt es dann am Stand 230-4 in Halle 4.2 gute Musik, interessante Produkte und die ideale Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen oder zu vertiefen.

populäre Geräte, beispielsweise der Hersteller Philips und Grundig, sollen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen.

- Beim Thema Navigation erleben die Standbesucher die neuesten Navigationsprodukte hautnah und können sich deren eindrucksvolle Fähigkeiten live präsentieren lassen. Partner am Stand sind Teleatlas, ViaMichelin, Falk, Nokia und ALK Technologies mit einer speziellen Navigations- und Ortungssoftware.

- GSM: Das Weihnachtsgeschäft ist nicht mehr fern, und bei Dangaard Telecom kann man sich darüber informieren, wie das aktuelle Portfolio der großen Handyhersteller Nokia, Sony Ericsson, Samsung und Motorola aussieht.

- Mobility Solutions: Die mobile Generation von heute benötigt vielfältige mobile Lösungen für ihr Smartphone. Diese werden ebenfalls bei Dangaard Telecom/Brightpoint gezeigt. Dazu gibt es die neuesten Geräte aller namhaften Hersteller, darunter exklusive Produkte von HTC und Toshiba.

- Zubehör: Auch mit einem gut sortierten Zubehörsortiment lassen sich gute Margen erwirtschaften. Topprodukte in diesem Bereich sind derzeit Mono- und Stereo-Headsets für die Telefonie und das Hören von Musik.

POS Aktuell

freenet erweitert mobiles Portal um Fotofunktion

freenet Kunden können ihre besten Handy-Schnappschüsse jetzt auch auf dem mobilen Portal präsentieren. Ab sofort hat das Unternehmen die Handfoto-Community geheimbild.de in das mobile Portal, das mit jedem internetfähigen Handy unter <http://mobil.freenet.de> zu erreichen ist, integriert. Die Bilder werden per MMS direkt vom Mobiltelefon aus an die Adresse foto@geheimbild.de geschickt und sind dann über das mobile Portal von freenet für jedermann sichtbar. So gewinnen die Kunden lustige und interessante Einblicke in das Leben derer, die es mit der Welt teilen möchten. Dabei muss niemand befürchten, dort mit jugendgefährdenden oder illegalen Inhalten konfrontiert zu werden. freenet sorgt dafür, dass das mobile Portal „sauber“ bleibt.

O2 startet Flatrate in alle Netze speziell für Vieltelefonierer

O2 Germany hat die Vermarktung des O2 Genion XL Tarifs gestartet. Er kostet 80 Euro pro Monat und ermöglicht für diesen Betrag das Telefonieren in alle deutschen Netze. Als Zielgruppe sieht das Münchner Unternehmen Vieltelefonierer, und hier vor allem Selbständige und kleine Unternehmen, die mit diesem Tarif besonders mobil wären und im ständigen Kontakt zu Geschäftspartnern und Kunden in allen deutschen Netzen stehen könnten. Bei Vertragsabschluss über die spezielle Hotline für Selbständige erhalten diese einen Rabatt von 15 Prozent auf den Basispreis und zahlen dann 68 Euro im Monat. Als besonderes Highlight erhält jeder O2 Genion-XL-Kunde bei Vertragsabschluss bis 31. Dezember automatisch den O2 Premium Status und somit Zugang zu exklusiven Services und Leistungen. O2 Premium-Kunden erhalten unter anderem auch während der Vertragslaufzeit ein Angebot für ein neues kostengünstiges Handy und genießen eine individuelle Kundenbetreuung sowie attraktive Rabatte auf Handys und Zubehör. Ausführliche Informationen zu Tarifen und Zusatzleistungen für Selbständige gibt es unter www.o2online.de/goto/selbststaendige.

POS **Neuheiten**

IVS nimmt DECT-Headset von DeTeWe ins Sortiment



DeTeWe hat ein DECT-Headset entwickelt, das wie ein normales Mobilteil genutzt werden kann und mit jeder GAP-fähigen Basisstation arbeitet. Bei einem Gewicht von zirka 70 Gramm bietet das DECT-Headset große Freiheiten beim Telefonieren. Erstmals ist das Gerät bei IVS auf der Internationalen Funkausstellung, Halle 4.2/Stand 230, zu sehen. Das Headset bietet eine Ein-Tasten-Bedienung, mit der Anrufe angenommen und beendet werden können. Für klare Sprachqualität sorgen die digitale Signalverarbeitung und die Noise Cancelling-Funktion, die automatisch Hintergrundgeräusche herausfiltert und auch in schwierigen Umgebungen eine deutliche Verständigung ermöglicht. Entfernt man sich mit dem Headset aus dem Empfangsbereich, meldet es sich automatisch per Signalton, um einen Verbindungsabbruch vorzubeugen. Das Ein- und Ausschalten wird durch einen Quittungston signalisiert. Das DECT-Headset bietet eine maximale Sprechzeit bis zu vier Stunden



und eine Standby-Zeit bis zu 40 Stunden. Aufgeladen werden kann es mit dem mitgelieferten Netzladegerät, die Ladedauer beträgt ca. 2,5 Stunden. Die Verkaufspreisempfehlung für das DECT-Headset von DeTeWe wird bei 69,99 Euro sein.

IVS präsentiert auch neue Motorola DECT-Familie



Ebenfalls erstmalig in Deutschland präsentiert IVS auf der IFA exklusiv die neue DECT-Familie von Motorola. Das Sortiment umfasst die Modelle ME7050 und ME7052 sowie die Modelle ME7060 und ME7071 mit integriertem Anrufbeantworter. Die ME-Familie von Motorola ist eine DECT-Serie, die sich nach Herstellerangaben durch ein funktionales Design und blau beleuchtete LC-Displays auszeichnet. Alle Modelle sind auch als Duo-Version mit einem zweiten Mobilteil und einer zusätzlichen Ladeschale erhältlich. Das ME7050 bietet ein Telefonbuch für bis zu 30 Namen und Telefonnummern sowie eine CLIP-Funktion. Dank GAP-Funktionalität lässt sich das ME7050 wie alle anderen Modelle der ME-Serie auf bis zu vier Mobilteile erweitern und ist dabei sogar mit Mobilteilen anderer Hersteller kombinierbar. Das ME7052 hat dieselben Leistungsmerkmale wie das ME7050, ist jedoch zusätzlich mit einer Freisprechfunktion ausgestattet. Im ME7060 AB zeichnet ein integrierter, digitaler Anrufbeantworter auf Wunsch die eingehenden Anrufe auf. Der Anrufbeantworter erlaubt Aufnahmen von maximal zwölf Minuten Länge und lässt sich per Fernabfrage steuern. Das ME7071 AB bietet die gleichen Funktionen wie das ME7060 AB, ist jedoch darüber hinaus mit einer Freisprechfunktion, beleuchteten Touch-Keys an der Basisstation und einer Tastaturbeleuchtung am Mobilteil ausgestattet. Motorola hat mit der ME-Serie eine DECT-Familie für das untere und das mittlere Preissegment entwickelt. Die empfohlenen Verkaufspreise: für das ME7050 29,99 Euro, für

das ME7052 34,99 Euro. Beide Modelle sind ab sofort erhältlich. Die Modelle ME7071 AB und ME7071 AB Duo sind erst ab Oktober 2007 verfügbar, ihre empfohlenen Verkaufspreise liegen bei 59,99 Euro und 79,99 Euro.

Funkwerk Dabendorf erweitert die Audio 2000



Als Testsieger bei Stiftung Warentest dominiert die Audio 2000 bereits seit über sieben Jahren den Markt der Freisprechanlagen. Um das Telefonieren im Auto mit Audio 2000 auch weiterhin komfortabel zu gestalten, hat Hersteller Funkwerk Dabendorf jetzt die Palette von



Haltern erweitert. Neben Ladeschalen für Mobiltelefone von Nokia, Sony Ericsson oder Motorola bietet Funkwerk Dabendorf jetzt auch Halter für PDAs und Smartphones wie den MDA compact oder den T-Mobile SDA II, das Blackberry Pearl 8100, den MDA compact 3 und das Motorola K1 von Motorola an. Abgerundet wird das Programm durch einen Bluetooth-Adapter mit Display, der alternativ zum Handyhalter an die Anlage angeschlossen werden kann. Die Freisprechanlage Audio 2000 überzeugt durch eine einfache Bedienung und die große Palette verfügbarer Halter. Neben einer Freisprechfunktion dient die Schale als Ladehalter. Währenddessen wird die Empfangsqualität über die angeschlossene Außenantenne gewährleistet. Radiostummschaltung, Echo- und Geräuschunterdrückung gehören zur

Standardausstattung. Der Austausch des Ladehalters erfolgt schnell und einfach. Die Freisprechanlage Audio 2000 inklusive eines Halters ist für unter 200 Euro erhältlich.

Sennheiser Headset mit Dualmikrofontechnologie



Sennheiser Communications hat das neue Bluetooth-Headset VMX 100 vorgestellt. Das VMX 100 ist das erste Bluetooth Headset, das mit VoiceMax Dualmikrofontechnologie ausgestattet ist. Dabei kommen zwei Mikrofone gleichzeitig zum Einsatz, die mit Hilfe digitaler Signalverarbeitung miteinander kombiniert werden. Die Mikrofone sind aufeinander abgestimmt. Dabei sorgt das eine für die Sprachübertragung und das andere filtert simultan Hintergrundgeräusche heraus. Störende Geräusche wie Wind, Verkehrs- oder Maschinenlärm oder das Gemurmel einer Menschenmenge werden zugunsten klarer und einfach zu verstehender Konversation wirksam ausgeschaltet. Die signifikante Verbesserung der Gesprächsqualität durch die VoiceMax-Technologie wird durch das extrem leichte (15 Gramm) und ergonomische Design des VMX 100 ergänzt. Dank seines einzigartigen dreidimensionalen Kugelgelenks passt das Headset sich hervorragend an den individuellen Umriss des Ohrs an und erzielt somit einen hohen Tragekomfort. Das



Ein- und Ausschalten des Headsets ist durch das einfache Öffnen und Schließen des Mikrofonarms sehr benutzerfreundlich. Das VMX 100 bietet eine Zweiweg-Lautsprechereinheit, die das flexible Tragen des Geräts am linken und rechten Ohr ermöglicht. Benutzer werden auch

Siemens' erster Digitalreceiver mit HDMI-Ausgang



Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) zeigt auf der IFA einen Satellitenreceiver exklusiv für den deutschen und zwei Set-Top-Boxen für den spanischen Markt, darunter als Highlight der erste Siemens Gigaset Digitalreceiver mit HDMI (High Definition Multimedia Interface)-Ausgang. Das Gigaset M373 T EPG bietet als erster Receiver im Portfolio einen HDMI-Anschluss. Sowohl Bild als auch Ton werden voll digital übertragen. Dadurch wird ein gestochen scharfes, digitales Fernsehbild auf HDMI-fähigen Flatscreens übertragen. Darüber hinaus bietet das Gigaset M373 T EPG zwei separate SCART-Anschlüsse und einen digitalen Audio-Ausgang für Heimkinoerlebnisse. Bis zu 2.000 TV- und Radiokanäle können empfangen werden, das Menü ist wie bei allen Set-Top-Boxen mehrsprachig. Dank der exklusiven Kooperation mit der spanischen Firma InOut TV kommt der Nutzer in den Genuss weiterer Services: InOut TV bietet in Spanien ein umfangreiches EPG-Angebot ausschließlich für Siemens Gigaset Receiver an, das zusätzlich zur normalen Programmübersicht auch ausführliche Informationen zu den Sendungen enthält. Darüber hinaus können Favoritenlisten mit bevorzugten Sendungen angelegt und im EPG angezeigt werden. Mit dem neuen Gigaset M270 S bringt SHC eine benutzerfreundliche Set-Top-Box für den digitalen Satellitenempfang DVB-S auf den deutschen Markt. Die kompakte, schlanke Box empfängt bis zu 4.000 Radio- und TV-Programme, bis zu 3.000 Programmplätze lassen sich in sechs Favoritenlisten organisieren. Die Box wird per Fernbedienung über ein leicht verständliches Menü bedient, das in vier Sprachen zur Auswahl steht. Der elektronische Programmführer (EPG) hält den Nutzer bis zu sieben Tage im Voraus auf dem laufenden über alle Fernsehsendungen. Das Gigaset M270 S kommt mit einem schwarzen Gehäuse und weißer Front auf den Markt. Die neue Set-Top-Box ist im November im Handel erhältlich. Der Preis wird im Einsteigersegment liegen. Als Variante für den spanischen Markt bietet SHC mit dem Gigaset M270 T EPG eine Set-Top-Box für den digital-terrestrischen Fernsehempfang an, bei der ebenso wie beim Gigaset M270 S viel Wert auf Bedienerfreundlichkeit und solide Ausstattung gelegt wurde. Die Menüsprache gibt es auf Deutsch, Englisch, Spanisch und Katalanisch. Bis zu 2.000 TV-/Radio-Kanäle können empfangen werden.



das Zubehör schätzen, das ein kompaktes Etui sowie verschiedene Lademöglichkeiten beinhaltet. Das VMX 100 ist kompatibel mit allen Bluetooth Mobiltelefonen und ist ab sofort erhältlich.

Plantronics Headset für Call Center-Mitarbeiter



Plantronics bringt mit dem monauralen SupraPlus Wireless CS351N ein neues schnurloses DECT-Headset für Call Center-Mitarbeiter auf den Markt. Anwender sind damit nicht mehr an ihren Schreibtisch gebunden und können sich frei bewegen, telefonieren, gleichzeitig Unterlagen einsehen und sich mit Kollegen abstimmen. Die neue monaurale Variante des SupraPlus Wireless CS351N mit Noise-Cancelling-Mikrofon bietet laut Hersteller hohen Komfort und Klangqualität. Das Noise-Cancelling-Mikrofon filtert bis zu 75 Prozent der Hintergrundgeräusche heraus und sorgt für eine klare Verständigung. Eine Besonderheit des SupraPlus Wireless ist die Quick Pair-Funktion. Damit ist ein unkompliziertes Paaren von Headsets mit der Basisstation möglich. Ein wichtiger Vorteil für Anwender, die in Schichten oder im „Hot-desking“ arbeiten, nicht aber auf ein eigenes Headset verzichten wollen. Die Reich-

weite beträgt dank DECT-Technik rund 100 Meter (50 Meter in einem typischen Büro). Gespräche können über eine Taste am Headset angenommen und beendet werden. Die Akkuladung reicht für eine Gesprächszeit von neun Stunden. Die Standby-Zeit beträgt 50 Stunden. Das CS351N kostet 299,00 Euro (UVP ohne MwSt.) und ist ab sofort erhältlich. Das Headset wurde bereits mit dem „TCO '07“-Gütesiegel für besondere Ergonomie ausgezeichnet. Das TCO-Gütesiegel ist ein weltweit anerkannter Standard in der IT-Industrie, der neuerdings als „TCO '07“ auch für Headsets verliehen wird.



Freisprecheinrichtung von Hama für das Lenkrad



Hama hat die Bluetooth-Freisprecheinrichtung Wheel vorgestellt. Sie kann einfach und ohne weiteren Montageaufwand ins Lenkrad geklemmt werden. Damit sitzt die Freisprecheinrichtung an optimaler Sprech- und Hörposition und lässt auch einen schnellen Blick auf das Display zu. Rufnummern und gespeicherte Namen werden darüber gut lesbar angezeigt. Mikrofon, Lautsprecher und Akku für fünf Stunden Gesprächs- und 100 Stunden Standbyzeit sind bei der kompakten Anlage integriert. Energienachschub kommt bei Bedarf über das beiliegende Kfz-Ladepaket. Ab Anfang September ist die Bluetooth-Freisprecheinrichtung Wheel erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 149 Euro.



Deutsche Telekom baut eigenen VSE-Vertrieb auf Kleinunternehmer im Fokus

Die Deutsche Telekom will ihre bislang rund 2,6 Millionen Kunden aus dem Segment Very Small Enterprises (VSE) besser betreuen und neue Kunden in diesem Bereich ansprechen. Dazu soll eine eigene Vertriebsorganisation für VSE-Kunden etabliert werden, deren Arbeit zukünftig auf vier Bausteinen basieren soll. „Wir schalten in diesem Segment vom reaktiven auf den aktiven Vertrieb um und bündeln für unsere Kunden aus dem Bereich Kleinunternehmen die Bausteine unseres Produkt- und Dienstleistungsportfolios systematisch zu Angeboten aus einer Hand“, erklärte Ingo Pansegrau, Leiter Vertrieb Mittelstand, anlässlich eines Pressegesprächs in München.

Hintergrund des Ausbaus der vertrieblichen Betreuung der VSE-Kunden sind deren steigende Ansprüche an Telekommunikations- und IT-Lösungen (siehe Kasten unten). Deshalb will die Deutsche Telekom ihre Vertriebspräsenz in der Fläche erweitern und die Beratungsqualität durch den Ausbau und die weitere Professionalisierung der Vertriebsmannschaft erhöhen. „Der Konzern Deutsche Telekom bietet seinen professionellen Kunden



In rund 400 T-Punkten sollen Freiberufler, Selbständige, Kleinunternehmer und Handwerker demnächst kompetente Ansprechpartner finden.

die gesamte Palette der Tk-Dienste in Festnetz und Mobilfunk“, so Pansegrau. „Wir liefern moderne Telekommunikationssysteme, sorgen für die notwendige Sicherheit bei der Informationsübertragung, bieten maßgeschneiderte Mobilfunkgeräte und kundenorientierte Tarife für die mobile Sprach- und Datenkommunikation.“ Das Unternehmen stattet die Arbeitsplätze seiner Kunden mit Computern aus, vernetzt Rechner und bietet lokale Netzwerke über Breitbandanschlüsse ans Internet an. Die Deutsche Telekom stelle ihren Kunden über das Breitbandnetz flexible IT-Dienstleistungen zur Verfügung und gewährleiste,

dass sie ihre Produkte und Lösungen über Servicrufnummern optimal vermarkten könnten. Pansegrau: „Was immer unsere Geschäftskunden an Telekommunikations- und IT-Produkten für ihr Geschäft benötigen – wir haben ein passende Angebot in unserem breiten Portfolio.“ Bislang habe man diese Angebote den Kunden aber noch nicht fokussiert genug präsentiert. Die vertriebliche Betreuung der VSE-Kunden erfolgte im wesentlichen über die Vertriebskanäle des Privatkundenvertriebs. Das führte laut Pansegrau zu einem dazu, dass die Betreuung dieser Geschäftskunden noch nicht optimal war, und zum anderen dazu, dass die Potentiale in diesem Marktsegment nicht ausreichend ausgeschöpft wurden.

400 Vertriebsgebiete

Um dies zu ändern, werde man Deutschland in knapp 400 Vertriebsgebiete unterteilen, in denen jeweils ein Vertriebsexperte der Deutschen Telekom die VSE-Kunden mit besonders hohen Anforderungen an Telekommunikation und IT persönlich betreut. Die Außendienstler werden bei ihrer Arbeit nach Pansegraus Ausführungen von Innendienstteams unterstützt, die die Kundenbesuche vor- und nachbereiten. Aufgabe der Vertriebsfachleute im Außendienst ist es, eine persönliche Beratung vor Ort im Unternehmen zu gewährleisten, „eine Beratung“, so Pansegrau, „die sich eng an den spezifischen

Anforderungen des jeweiligen Kunden orientiert. Die Beratung erstreckt sich dabei über das gesamte Produkt- und Service-Spektrum des Konzerns Deutsche Telekom, umfasst also Festnetz- und Mobilfunklösungen gleichermaßen.“ Die Vertriebsmitarbeiter verfügen über weitreichende Expertise und das erforderliche Know-how, um eine entsprechende Beratungsleistung und Kundenbetreuung sicherzustellen. Die 400 Mitarbeiter, die den neuen Vertriebsaußendienst für die VSE-Kunden bilden, sind den Angaben zufolge hervorragend geschult und bilden sich laufend fort.

Weitere Bausteine

Einen weiteren Baustein des neuen VSE-Vertriebs der Deutschen Telekom bilden besonders geschulte Mitarbeiter für den telefonischen Vertrieb der Leistungen und den telefonischen Kundenservice. Für die aktive Ansprache der VSE-Kunden seien auch diese Mitarbeiter bestens vorbereitet, meinte Pansegrau. „Sie ergänzen damit die Arbeit ihrer Kollegen im Außendienst durch regelmäßige Kontakte zu den Kunden, die nicht persönlich durch den Außendienst betreut werden.“ Den dritten Baustein des neuen VSE-Vertriebs bilden 300 T-Punkte in ganz Deutschland. Dort will das Unternehmen besondere Beratungskompetenz für die Kunden bereitstellen. Pansegrau: „Bislang standen diesen Kunden hierzulande gut 100 T-Punkte Business als Anlaufstellen zur

Verfügung. Nun erweitern wir dieses Beratungsnetzwerk um weitere 200 T-Punkte, in denen unser Business-Portfolio präsentiert wird und Mitarbeiter mit dem erforderlichen Beratungswissen die Betreuung der VSE-Kunden übernehmen.“

Baustein Nummer vier in Sachen VSE-Vertrieb soll schließlich der Ausbau der Aktivitäten im indirekten Vertrieb sein. Dazu werde das Unternehmen die Zusammenarbeit mit Partnern vorantreiben, die Tk- und IT-Produkte sowie entsprechende Lösungen für die Kundengruppe vermarkten.

Die Vorbereitungen zur Umsetzung der Vertriebsmaßnahmen laufen laut Pansegrau seit einiger Zeit auf Hochtouren. Die Deutsche Telekom erreiche nach seinen Worten mit diesen Maßnahmen eine aktive vertriebliche Bearbeitung der VSE-Zielgruppe, eine deutlich erweiterte Präsenz des Unternehmens in diesem Marktsegment und den Ausbau des Geschäftes in diesem Bereich.

Double-Play-Angebot für DSL-Einsteiger

Mit einem Einsteigerangebot für unter 25 Euro komplettiert die Deutsche Telekom das bestehende Double-Play-Portfolio (Pakete für das Telefonieren und Surfen): Der T-Home Tarif Call & Surf Start ist ab sofort für 24,95 Euro über die Hotline (0800-3301000), das Internet (www.t-home.de) und im Telekom-Shop buchbar. Das Paket beinhaltet einen Telefon- und einen DSL-Anschluss mit bis zu einem Megabit Bandbreite und richtet sich an Einsteiger, die das Surfen via DSL entdecken wollen. Die Kosten für Telefonate und Surfen betragen einheitlich rund um die Uhr 2,9 Cent pro Minute. Telefonverbindungen ins Ausland betragen pro Minute ab 4,6 Cent, und Verbindungsminuten in deutsche Mobilfunknetze kosten ab 20,6 Cent. Die ISDN-Variante des Call & Surf Start kostet vier Euro zusätzlich, und die Vertragslaufzeit beträgt – wie bei allen anderen Double-Play-Paketen – 24 Monate. Das DSL-Bereitstellungsentgelt von einmalig 99,95 Euro entfällt aktionsweise bis zum 30.09. Der Kunde kann jederzeit in ein anderes Double-Play-Paket wechseln.

Die Kunden des VSE-Segments und ihre Ansprüche

Mit der Etablierung einer eigenen Vertriebsorganisation für VSE-Kunden rücken die Kleinunternehmer stärker in den Fokus der Deutschen Telekom. Wer aber sind diese VSE-Kunden überhaupt? Das Kürzel VSE steht für Very Small Enterprises und meint Freiberufler, Selbständige, kleine Firmen aller Branchen und Betriebe des Handwerks mit ein bis neun Mitarbeitern. „Die Unternehmen des VSE-Marktes präsentieren sich äußerst vielfältig, und ebenso vielfältig sind auch die Anforderungen dieser Kunden an Telekommunikation und Informationstechnik“, erläuterte Ingo Pansegrau, Leiter Vertrieb Mittelstand bei der Deutschen Telekom. „Für alle Freiberufler, Selbständigen, kleine Unternehmen und Handwerksbetriebe gilt, dass Tk und IT zu immer wichtigeren strategischen Instrumenten im Wettbewerb in den lokalen, regionalen und nationalen Märkten werden.“ Ein schneller und zuverlässiger Internetanschluss sei beispielsweise für einen freien Journalisten ein unverzichtbares Arbeitsmittel, Handwerksfirmen knüpfen Kontakte zu Kunden über das Internet und das Telefon, und Außendienstmitarbeiter stünden per Handy und Blackberry jederzeit für die Auftragsdisposition und Rückfragen mit der Zentrale in Verbindung. Pansegrau: „Moderne PCs, die in leistungsstarke Netzwerke integriert sind, und Rechner im Home Office oder in Filialen, die über das Internet auf zentrale Datenbestände zugreifen, gehören auch in kleinen Firmen immer häufiger zum Alltag. Und da absehbar ist, dass die Anforderungen weiter steigen werden, wollen wir die neue Vertriebsorganisation als kompetenten Partner etablieren.“

D-Link vereint Kommunikationswelten in der HorstBox

Horst gegen Fritz

Nicht ganz zufällig hatte D-Link im Januar 2006 den Namen HorstBox Professional für ein neues Kommunikationsgerät gewählt, und ebenso wenig zufällig stellte das Unternehmen jetzt der Profi-Version mit der HorstBox auch ein Gerät für den Endverbraucher zur Seite. Beides, Name und Gerät, sollen dem Wettbewerber AVM, der seit Jahren mit sei-

ner Fritzbox die Vorrangstellung in diesem Gerätesegment innehat, Marktanteile streitig machen. Das Ziel ist, so Thomas von Baross, Managing Director D-Link Central Europe, vor Fachjournalisten in München, innerhalb weniger Monate einen zweistelligen Marktanteil zu erreichen, der dann peu à peu ausgebaut werden soll.

Unterstützung erhofft sich D-Link dabei vor allem vom Handel, dem mit der HorstBox nicht nur ein technisch ausgereiftes Produkt zur Verfügung steht, sondern auch ein Designobjekt, das in keiner Wohnung als störend empfunden werden dürfte. So präsentiert sich die HorstBox mit einem hochglänzenden weißen Gehäuse mit runden Linien, in dem hellblaue Leuchtdioden die Aktivität der verschiedenen Funktionen signalisieren. Obendrein wählte man ein neues Verpackungsdesign, „das nicht überladen ist, alle wesentlichen Informationen darstellt und sich optisch positiv aus der Masse der derzeit existierenden Verpackungen im Handel hervorhebt“, meinte von Baross. Dass in der ersten Version der HorstBox, die ab sofort lieferbar ist, noch nicht alle Features realisiert wurden, die nach dem derzeitigen Stand der Technik realisierbar gewesen wären, hat nach

den Ausführungen von Mike Lange, Manager Business Development & Product Marketing, vor allem drei Gründe. Hier sei zunächst der Preis zu nennen. Es sei schlichtweg nicht möglich, in ein erstes Modell einer neuen Serie alle Ausstattungsmerkmale zu integrieren, ohne das Gerät dann zu einem Preis anbieten zu müssen, der viele Interessenten

Access Point, ein ADSL-Modem, einen DSL-Router und einen 4-Port Ethernet Switch in einem Gerät vereint. Ausgestattet mit Anschlüssen für Analog- und ISDN-Telefone ermöglicht die HorstBox den Anschluss verschiedener Endgeräte wahlweise zum Telefonieren über das Internet oder das Festnetz. Über den integrierten 54 Mbit WLAN Access



Mit dem innovativen Produktdesign soll sich die HorstBox wohltuend von anderen Geräten des Marktes abheben. Fallen in der Vorderansicht die runden Formen, die glänzende weiße Oberfläche und die blauen Leuchtdioden auf, so präsentiert das Gerät auf der Rückseite eine Vielzahl von Anschlussmöglichkeiten. Dies sind (v. l.): DSL-Anschluss, ISDN-/Analoganschluss, maximal vier ISDN-Telefone am internen S₀-Anschluss, Anschlussmöglichkeit für Analogtelefon und -fax, Festplatte, Drucker (USB 1 und 2) und vier PC per LAN.

abschrecken müsse. Zweitens habe man die Markteinführung nicht länger hinauszögern wollen, um dem Wettbewerb nicht noch länger Zeit zu geben, Terrain zu besetzen und um dem Handel die Chance zu geben, auch mal andere Produkte als die bekannten anzubieten. Und schließlich, so Lange, gebe es eine große Zielgruppe von Endkunden, die mit den derzeitigen Möglichkeiten der HorstBox vollkommen zufrieden seien und die gar nicht mehr Features erwarten. Dennoch plane man natürlich, mit weiteren Geräteversionen und Software-Updates das HorstBox-Portfolio auszubauen, um alle Zielgruppen erreichen zu können.

Vielfältige Technik

Dass sich die Technik der ersten HorstBox für Privatanwender tatsächlich nicht hinter anderen Produkten des Marktes zu verstecken braucht, zeigt der nähere Blick auf die Ausstattung: Mit der HorstBox präsentiert D-Link eine Telefonanlage, die einen WLAN

von Baross. „Wir erweitern mit diesem Gerät unsere Angebotspalette und decken jetzt zusammen mit der für den Einsatz in Unternehmen ausgerichteten HorstBox Professional den IAD Markt vom Consumer bis zu kleineren und mittelständischen Betrieben ab.“

Modernes Design

Die HorstBox vereint umfassende Funktionalität und modernes Design in einem Gerät. Durch ihre schlanke Form und das innovativ gehaltene Gehäuse fügt sich die HorstBox sofort in jedes digitale Zuhause ein. Eine separat mitgelieferte Wandhalterung vereinfacht dabei nicht nur die Montage, sondern ermöglicht auch ein problemloses Abnehmen und wieder Anbringen an der Wand.

„Die HorstBox ist nicht nur leistungsstark und technologisch auf dem neuesten Stand, sie passt auch ideal ins digitale Wohnzimmer“, führte von Baross aus. „Längst zählt für den Kunden nicht mehr nur die Funktion. Netzwerkhersteller müssen sich heute

mehr als je zuvor auch am aktuellen Lifestyle orientieren und neue Wege beschreiten. Das Produktdesign spielt für uns hier eine zentrale Rolle. Bei der Entwicklung unserer HorstBox haben wir großen Wert darauf gelegt, dieses Unterscheidungsmerkmal gegenüber unserem Mitbewerber herauszustellen und sowohl dem Gehäusedesign als auch der Verpackung einen hohen ästhetischen Stellenwert zugeordnet.“

Rundum-Paket

Die in Deutschland entwickelte HorstBox bietet mit je zwei integrierten Analog- und ISDN-Anschlüssen die Möglichkeit,

D-Link erzielt eine Milliarde US-Dollar Gesamtumsatz

D-Link wurde 1986 in Taipei/Taiwan gegründet und entwickelt, produziert und verkauft heute weltweit Produkte aus den Bereichen Netzwerk, Internetzugang sowie Sprach-/Datenkommunikation und Multimedia. Das D-Link Portfolio reicht von professionellen High-End-Lösungen für Unternehmen bis zu Produkten für kleine und mittelständische Firmen oder das digitale Zuhause. Mit weltweit zirka 2.500 Mitarbeitern, davon 120 in der 1990 gegründeten D-Link (Deutschland) GmbH, die für das Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich ist, erzielt das Unternehmen einen Jahresumsatz von über einer Milliarde US-Dollar. Zu diesem Ergebnis tragen 90 Niederlassungen in 100 Ländern auf fünf Kontinenten bei.

sowohl über Internet als auch über Festnetz zu telefonieren. Zur Installation wird die HorstBox mit dem DSL-Splitter und dem Telefonanschluss (ISDN oder analog) verbunden, analoge und ISDN-Telefone werden direkt an die HorstBox angeschlossen. Die Konfiguration der Endgeräte erfolgt einfach und bequem über die deutschsprachige Benutzeroberfläche.

Für die drahtlose Anbindung sorgt der integrierte WLAN Access Point mit 54 Mbit/s. Darüber hinaus bietet die HorstBox einen Fast Ethernet Switch und zwei USB 2.0 Ports. So können weitere Rechner oder IP-Telefone, die unabhängig voneinander Daten empfangen und senden, angeschlossen werden und den Internetzugang sowie Drucker und Festplatte nutzen.

QoS (Quality of Service auf IP-Basis) garantiert eine hohe Sprachqualität und optimale Datenübertragungsrate. Zur Sicherheit der Datenübertragung schützt die integrierte Stateful Inspection Firewall vor unerwünschten Zugriffen aus dem Internet. Kabellose Verschlüsselungsmechanismen wie WPA/WPA2, TKIP, AES und die Authentifizierung über den Pre-Shared Key Modus vervollständigen das umfangreiche Sicherheitspaket.

Verfügbarkeit und Preise

Die HorstBox steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Der unverbindliche empfohlene Verkaufspreis beträgt 199 Euro.



Fünf einfache Icons repräsentieren die Funktionalitäten Internet, Telefonie/VoIP, Wireless, Security und Switching. Sie sollen die komplexe Vielfalt der HorstBox schnell erfassbar machen und lassen sich in allen möglichen Print- und Online-Werbeformen vielseitig einsetzen – im Internet sogar animiert.

- ### Die Key-Features im Überblick
- ADSL/ADSL2+ (Übertragungsraten: im Downstream bis zu 24 Mbit/s, im Upstream bis zu 1 Mbit/s)
 - zehn MSN, zehn SIP-Rufnummern
 - 1x ISDN Port Intern
 - 2x Analog Port Intern
 - 1x Kombi Port ISDN/Analog Extern
 - Umfangreiche Telefoniefunktionen wie Anklopfen, Weiterleiten, Makeln
 - Integrierter 4-Port 10/100 Mbit/s Switch
 - 2 x USB 2.0 Master Ports für Festplatten oder Drucker
 - 54 Mbit Wireless LAN Access Point
 - Umfangreiche Sicherheitsfeatures: integrierte Stateful Packet Inspection Firewall, WPA, WPA2, TKIP, AES, Pre-Shared Key Modus
 - QoS (IP-Priorisierung)
 - Kompatibel zu allen gängigen SIP-Providern

Eno@home ab jetzt im jährlichen Turnus

Der Erfolg der letztjährigen Hausmesse und die Aussagen vieler Partner haben die Verantwortlichen bei ENO telecom darin bestärkt, den gewohnten Zwei-Jahres-Takt zu unterbrechen und die Hausmesse Eno@home ab sofort jährlich stattfinden zu lassen. In diesem Jahr sind Fachhändler der Telekommunikations- oder IT-Branche für den 8./9. September nach Nordhorn eingeladen.

Die Messe soll den Besuchern nach den Worten des geschäftsführenden Gesellschafters Bernd Horstmann „eine optimale Plattform bieten, um sich kompakt und unterhaltsam über alles Wesentliche für ein erfolgreiches Geschäft zu informieren“. So können die Messegäste beispielsweise die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf den Fachhandelskanal erleben, persönliche Ansprechpartner für jeden

uns präsentierten Lösungen können die Besucher schnell selbst herausfinden, wie eng inzwischen die Verbindungen zwischen den Bereichen Festnetz, Mobilfunk, Navigation, Multimedia, Entertainment und sogar Audio-/Videoconferencing sind.“ Das Angebot von ENO telecom für ITK-Händler sei längst nicht mehr auf Communications-Produkte beschränkt. Diese stellen zwar immer noch den Kern des Geschäftes dar, doch ziehen viele andere Produktgruppen und Märkte nach. Bulla: „Die Konvergenz der Systeme und Schnittstellen macht es möglich. Persönlich kommunizieren wir unsere Neuig-

keiten und freuen uns schon jetzt auf einen regen Austausch mit unseren Partnern.“ Der ITK-Markt und auch der ganz persönliche lokale Markt jedes einzelnen Händlers verändere sich täglich. Durch diese Veränderungen werde es notwendig, täglich nach neuen Lösungen für ein erfolgreiches Geschäft zu suchen. „Einen Teil dieser Lösungen liefern wir unseren Partnern“, so Bulla, „indem wir ständig neue Dienstleistungen zur Optimierung ihrer Geschäftsprozesse entwickeln oder Produkte in kompletten Kundenlösungen zusammenstellen. Und auch wenn es mal nicht glatt läuft und eine

Reparatur ansteht: Wir finden eine Lösung.“ Auf der Hausmesse sind über 40 Lieferanten vertreten, moderierte Foren und Podiumsdiskussionen werden weitere Möglichkeiten für die Informationsbeschaffung und den Meinungsaustausch bieten. Und damit neben der Arbeit Kurzweil und Vergnügen nicht zu kurz kommen, stehen auch ein Gala-Abend und Frühsport mit Schwimm-Weltrekordler (200 m Rücken) Bernd Horstmann auf dem Programm. Weitere Informationen zur Eno@home im Internet unter www.hausmesse.eno.de.



Auf der Eno Hausmesse kommt nach der Arbeit ...



... das Vergnügen.

Kunden finden, sich über das noch umfangreichere Produktportfolio sowie ein stark erweitertes Dienstleistungsangebot gegenüber dem Vorjahr informieren. Neu im Portfolio ist zum Beispiel der Bereich Audio-/Videoconferencing, den ENO telecom mit allen Facetten und allen lukrativen Möglichkeiten vorstellen wird. Horstmann: „All dieses macht uns zu einem langfristig stabilen und zuverlässigen Partner für den Fachhandel.“

In Nordhorn sollen die Besucher feststellen, wie wichtig Beziehungen sind. „Den Handelspartnern bietet unsere Hausmesse die perfekte Plattform für ihre Connections zu unserem Team“, meinte ENO telecom Geschäftsführer Ronald Bulla. „Außerdem haben sie die Möglichkeit, direkte Connections zu unseren Lieferanten und Netzbetreibern aufzunehmen und ihr eigenes Netzwerk auszubauen. Unter den von



Einladung

www.delo.com

DELO OPEN HOUSE

look & feel
20 Jahre DELO



Wann und wo?

Am **14.09.2007** ab 10.00 Uhr auf dem Firmengelände der DELO Computer in Recklinghausen.

Veranstaltungszelt

Im großen Veranstaltungszelt auf dem angeschlossenen Firmengelände präsentieren 15 namhafte Aussteller ihre Produkt-Highlights. Besuchen Sie die Ausstellung führender Hersteller wie Canon, Microsoft, Samsung, Sony und viele mehr. Verschaffen Sie sich einen Eindruck von den Schwerpunkten Mobile Computing, Drucksysteme und Präsentationstechnik. Steigen Sie ein in den **Canon Roadshow-Truck** und erleben Sie die neueste Generation der ImageRunner Multifunktionsgeräte.

Tagesprogramm

Nutzen Sie die Gelegenheit mit uns, den Herstellern und Ihren Händler-Kollegen zu diskutieren und Erfahrungen auszutauschen. Eine abwechslungsreiche Produkt-Rallye gibt Ihnen den optimalen Überblick. Besuchen Sie zusätzlich interessante Workshops und Präsentationen.

Abendprogramm

Gegen 18.00 Uhr beginnt die Abendveranstaltung. Die DELO-Cocktailbar und das spanische Buffet werden eröffnet. Als Live Act führt Sie die Band „The Florians“ durch einen rockigen Abend.



Wir laden Sie herzlich ein zur 2. DELO Hausmesse „look & feel“.

In diesem Jahr blickt DELO auf mehr als 20 Jahre Erfahrung als erfolgreicher Distributor zurück - genau der passende Anlass, um mit einer Hausmesse der besonderen Art, neue Partnerschaften vorzustellen und bekannte weiter zu intensivieren.



Das DELO-Team erwartet Sie und freut sich schon heute auf einen gemeinsamen Tag mit Ihnen zum Austausch von Eindrücken, interessanten Gesprächen und dem Erleben eines großen Events.



DELO Computer GmbH
Lise-Meitner-Straße 1
45659 Recklinghausen
Tel.: 0 23 61 / 60 99 - 520
Fax: 0 23 61 / 60 99 - 140
E-mail: info@delo.com
Internet: www.delo.com



UNSERE PARTNER



Bitte senden Sie die Fax-Antwort bis zum 31.08.2007 an: **0 23 61 - 60 99 - 146**

- Ich nehme Ihre Einladung gerne an.
Ich komme mit ____ Personen.
- Ich wünsche einen Termin mit einem DELO Vertriebsbeauftragten.

Selbstverständlich können Sie sich auch per E-mail unter Betreff "look & feel" anmelden (mit Angabe der Personenzahl, Firma und Ansprechpartner) - bitte senden an: marketing@delo.com

Firma _____

Name _____

Telefon _____

E-mail _____

Mit Ihrer Anmeldung nehmen Sie am Nachmittag an einer Verlosung von attraktiven Prämien teil.

High-Tech Printer in „Samt und Seide“



Monolaserprinter Samsung ML-1630: Seitenleistung bis 16 A4-Seiten pro Minute bei 1.200 x 600 dpi. Die erste Seite nach 15 Sekunden. Betriebsgeräusch geringer als 45 dB (A). Papiermanagement mit 100 Blatt Papierkassette. Ausgabe „Face Up“ in 30 Blatt Papierablage.



Das Multifunktionsgerät SCX-4500 bietet auf 33 x 39 Zentimeter Stellfläche und 17 cm Höhe die Funktionen Drucken, Kopieren und Scannen.



Mit fließenden Formen und blauer LED-Beleuchtung sind die Samsung Design-Modelle raffinierte Design-Accessoires für technikaffine, designorientierte Anwender.

Zwei neue Design-Modelle von Samsung

Designbetonte Monitore, Tastaturen, Eingabegeräte und Computergehäuse bereichern schon seit einiger Zeit das Angebot der IT-Industrie und ermöglichen es dem Käufer, sich für spezielle Einsatzbereiche im häuslichen oder repräsentativen Bereich mit IT-Geräten auszustatten, die sich angenehm in die allgemeine Wohnumgebung einfügen oder mit ihrer äußeren Erscheinung Anspruch oder Bedeutung und Funktion ihres Benutzers signalisieren.

Eine solche zweite Funktion der täglich benutzten Arbeitsgeräte wurde besonders in Büro-Umgebungen schon lange vor dem IT-Zeitalter erfolgreich eingesetzt: Wenn man in vergangener Zeit vor einem Schreibtisch stand oder Platz nahm, auf dem kein Ordner oder Papierblatt an Arbeit denken ließ, aber wertvoll verzierte Gerätschaften wie Ständer für die Federhalter, ein Tintenfass, ein überdimensionaler halbkreisförmiger schaukelnder Tintenlöscher und ein Siegel-Petschaft wirkungsvoll als Insignien der Macht angeordnet waren, dann wusste man auch ohne Aufklärung: Hier wirkt der Chef, der Entscheider, die Person, die alles in Bewegung setzt und anhalten kann. Samsung schließt nun mit je einem Monolaserdrucker und einem Multifunktionsgerät die bisher bestehende Lücke bei Drucker Design-Modellen.

Design-Revolution

Mit dem Monolaserdrucker ML-1630 und dem Multifunktionsgerät SCX-4500 bietet Samsung Drucker-Modelle in edel glänzender Klavierlack-Optik an, die sich sowohl durch den Einsatz neuester Technologien wie durch ihr revolutionäres optisches Design vom allgemeinen Markt-Angebot abheben. Damit ist es ab jetzt möglich, die aus Design-PC und Design-Monitor bestehende

IT-Ausrüstung durch einen dazu passenden Drucker oder ein Multifunktionsgerät zu vervollständigen. Mit beiden Design-Modellen setzt Samsung neue Maßstäbe für Produktdesign im Office-Bereich. Im Vergleich zu der gewohnten weiß-grauen Einerlei-Optik wirken die beiden mit schwarzem Klavierlack umhüllten, edel glänzenden Samsung-Printer wertvoll klein, im wahrsten Sinn als „Kleinodien“. Mit fließenden Formen und blauer LED-Beleuchtung setzen die Geräte in jeder Umgebung außergewöhnlich wirkende Akzente. Es sind raffinierte Design-Accessoires für den technikaffinen, designorientierten Anwender. Mit diesen Produkten ist dem koreanischen Elektronikonzern ein weiteres Mal wirkungsvoll die Synthese aus Funktion und anspruchsvoller Optik gelungen. Samsung positioniert sich einmal mehr als Pionier für innovative Office-Produkte.

Samsung ML-1630

Nicht nur die äußere Erscheinung, sondern auch das Innenleben des mit seinen Abmessungen von 33 x 37 x 12 Zentimetern außergewöhnlich kompakten Monolaserdruckers ML-1630 überzeugt: Der ML-1630 bietet eine Seitenleistung von bis zu 16 A4-Seiten pro Minute bei einer effektiven Auflösung von bis zu 1.200 x 600 dpi.

Die erste Seite wird aus dem Sleep-Modus nach 15 Sekunden ausgedruckt. Mit einem Betriebsgeräusch von weniger als 45 dB (A) ist der Printer extrem geräuscharm und ideal für den Einsatz im privaten Umfeld geeignet. Für das Papiermanagement steht eine bis zu 100 Blatt fassende Papierkassette zur Verfügung. Die Ausgabe erfolgt „Face Up“ in der Papierablage für bis zu 30 Blatt. Der ML-1630 unterstützt nahezu alle verbreiteten Mac-, Linux- und Windows-Betriebssysteme, selbstverständlich auch Windows Vista.

Samsung SCX-4500

Das Multifunktionsgerät SCX-4500 vereint auf einer Stellfläche von nur 33 x 39 Zentimetern und einer Höhe von weniger als 17 Zentimetern die Funktionen Drucken, Kopieren und Scannen. Sein Gewicht beträgt nur 8,6 Kilogramm. Für das Papiermanagement stehen eine bis zu 100 Blatt fassende Papierkassette sowie ein

Multifunktionseinzug für einzelne Blätter zur Verfügung. Die Ausgabe erfolgt wie beim ML-1630 „Face Up“ in der Papierablage für bis zu 30 Blatt.

Das SCX-4500 verfügt über eine USB-2.0-Highspeed-Schnittstelle. Als Betriebssystem werden neben Windows 2000, Windows Vista und XP auch zahlreiche Linux-Systeme und Mac OS unterstützt.

Laser-Drucker SCX-4500

Die Druckleistung des Multifunktionsgerätes beträgt bis zu 16 Schwarzweiß-Seiten im A4-Format pro Minute bei einer effektiven Auflösung von bis zu 600 x 600 dpi. Durch die besonders kurze Aufwärmzeit liegt das erste Blatt aus dem Sleep-Modus bereits nach zirka 15 Sekunden im Ausgabefach. Darüber hinaus verfügt das SCX-4500 über eine High-Speed 2.0 USB-Schnittstelle. Die Geräusentwicklung von weniger als 45 dB (A) bei Druckbetrieb macht das Multifunktionsgerät zu den leisesten seiner Klasse.

Digitalkopierer SCX-4500

Die Kopiergeschwindigkeit des SCX-4500 liegt, wie auch seine

Druckgeschwindigkeit, bei bis zu 16 Schwarzweiß-Seiten im A4-Format pro Minute. Die effektive Auflösung beträgt ebenfalls bis zu 600 x 600 dpi.

Alle Funktionen können bequem und intuitiv über das vielseitige Bedienfeld aufgerufen und kontrolliert werden. Der Kopierzoom reicht von 50 Prozent bis 200 Prozent, Mehrfachkopien sind von einem bis zu 99 Exemplaren einstellbar.

Farbscanner SCX-4500

Der Flachbettscanner des SCX-4500 arbeitet mit einer physikalischen Auflösung von 600 x 2.400 dpi und kann bis auf maximal 4.800 x 4.800 dpi Auflösung interpolieren.

Garantie, Verkaufspreis und Verfügbarkeiten

Samsung Electronics GmbH gewährt auf Laser-Drucker und Multifunktions-Geräte eine Herstellergarantie von 24 oder 36 Monaten (modellabhängig) mit Send-in, Vor-Ort-Reparatur- oder Vor-Ort-Austausch-Service.

Neben der gewährten Garantie wird auch ein kostenpflichtiger Reparatur- und Austausch-Service über die autorisierten Samsung Service-Partner angeboten. Garantieleistungen in dem oben beschriebenen Umfang werden nur für nachweislich von Samsung Electronics GmbH an den Handel gelieferte Geräte geleistet. Der Samsung Monolaserdrucker im Klavierlack-Design mit der Modellbezeichnung ML-1630 ist ab Mitte September zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von unter 250 Euro lieferbar wie auch das Multifunktionsgerät Typ SCX-4500 im schwarzen Klavierlack-Design zum UVP von ca. 300 Euro.

evo

Mit den neuen Modellen in Klavierlack-Optik ist es ab jetzt möglich, aus Design-PC und Design-Monitor bestehende IT-Ausrüstungen durch einen dazu passenden Drucker oder ein Multifunktionsgerät zu ergänzen.





Windows Notebook perfekt komprimiert: Packard Bell EasyNote XS

Das EasyNote XS kann unter der Vollversion von XP oder Vista laufen, besitzt eine 30-GB-Festplatte und ein 7 Zoll 800 x 480 Pixel Wideformat-Display mit integrierter 1,3-MB-WebCam.

Der Wunsch, einen wirklich kleinen und leichten Rechner zu besitzen, den man griffbereit mit sich führen und überallhin mitnehmen kann und der seinem Anwender trotzdem ein vollwertiges Betriebssystem mit den Funktionen und Kommunikations-Schnittstellen eines Desktop-Rechners oder Notebooks zur Verfügung stellt, wird von vielen Anwendern geteilt. Wer sich jedoch in den vergangenen Jahren hoffnungsvoll mit den für diesen Einsatzbereich auf den Markt gebrachten Produkten vertraut gemacht hat, weiß um die zahlreichen Beschränkungen und Unzulänglichkeiten, an denen die komfortable und universelle Nutzung der kleinen Rechenkünstler scheiterte.

Mal war es die vollwertige Tastatur, die man vermisste, oder die Möglichkeit, über WLAN und Accesspoint das Internet und E-Mail zu nutzen. Ein anderes Mal hätte man gerne eine normale, unter Windows oft genutzte Software installiert, mit deren Bedienung man vertraut war, oder sein Handy über Bluetooth mit aktuellen Adressdaten und Terminen synchronisiert. Irgendwo klemmte es immer.

Auf der IFA stellt Packard Bell nun sein 230 x 171 x 29 mm kleines EasyNote XS vor: Man mag es kaum glauben, aber das zierliche und weniger als 850 Gramm (mit Akku 925 g) wiegende Nano-Notebook ist ein vollwertiger, leistungsstarker Windows-Rechner, der unter der Vollversion von XP oder Vista läuft, eine 30 GB fassende Festplatte besitzt, über sämtliche wichtigen Schnittstellen verfügt und auf seinem 7 Zoll Wideformat-Display mit integrierter 1,3 MB WebCam in WVGA mit 800 x 480 Bildpunkten auflöst.

Selbst ein 4-in-1-Cardreader steht zur Verfügung, ebenso wie ein DVI-Video-Anschluss, über den man einen digitalen Flachbildschirm für die Bildausgabe anschließen kann. Mit seinem extrem geringen Energiebedarf ist das UMD (= Ultra Mobile Devices) EasyNote XS in Zeiten von Global Warming einfach unschlagbar: Sein auf VIA CoolStream Architektur basierender, mit IBM 90 nm-SOI-Fertigungstechnologie hergestellter VIA C7-M ULV Prozessor mit 1.0–1.5 GHz CPU-Takt verbraucht mit maximal Thermal Design Power (TDP) nur 3,5 Watt bei einer Blindleistung von 0,1 Watt.

Wie ein Großer: Packard Bell EasyNote XS

Mit dem EasyNote XS steigt Packard Bell in den Markt der Ultra Mobile Devices

(UMD) ein. Auf der Basis der VIA-Nano-book-Plattform bietet dieser Winzling Windows-Usern maximale Mobilität. Bisher beschränkte sich der Markt für UMPCs und UMDs auf den Business-Bereich.

Mit dem EasyNote XS bietet Packard Bell nun geschäftlichen wie privaten Anwendern ein UMD mit sinnvollen Features und hoher Funktionalität zu einem fairen Preis.

Geglückt ist den Packard Bell-Entwicklern auch das Handling des kleinen Rechners: Um die Mausfunktionen nutzen zu können, ohne dass man das zierliche Gerät



Das UMD EasyNote XS von Packard Bell verfügt über alle wichtigen Schnittstellen wie LAN, WLAN, Bluetooth, DVI, USB 2.0, Line in, Kopfhörer, Mikrofon und 4-in-1 Cardreader.

hinstellen muss, hält man das UMD mit beiden Händen und bedient mit dem rechten Daumen das auf der Oberseite befindliche Mauspad, während man mit der linken Hand die zwei Maustasten betätigt.

Davon, dass das EasyNote XS den goldenen Schnitt zwischen Miniaturisierung und Funktionalität getroffen hat, ist auch Lutz Graf, Sales Director Deutschland, überzeugt: „Wir haben in den vergangenen Jahren bei mobilen Geräten den Trend zur extremen Miniaturisierung gesehen, gleichzeitig aber auch Notebooks mit 20“-Displays.

Die Lücke zwischen Notebook und PDA schließen Geräte wie unser EasyNote XS.

Extrem klein ohne winzig zu sein, perfekt im Handling und, typisch für Packard Bell, zu einem fairen Preis.

Wir sind sicher, dass bei diesem Produkt auch Consumer auf den Geschmack kommen werden und das EasyNote XS zum Verkaufsschlager wird.“

Die technischen Daten

CPU: VIA C7-M 1,2 GHz, Chipsatz: VIA CX700/VX700, Festplatte: 1,8" HDD 30 GB (bis 60 GB), Hauptspeicher: 1 GB DDR-2, Videolösung: S3G UniChrome Pro II GP 64 MB (8 x AGP), Auflösung: 800 x 480 Pixel,

Gewicht: 925 Gramm (mit Akku), Abmessungen: 230 mm (L), 171 mm (B), 29,4 mm (H).

Batterie: Li-Ion Akku 2.200 mAh, Laufzeit: Power-On ca. 4 h, Webcam: 1,3 Megapixel, Mikrofon: eingebaut, LAN: 10/100 Mbit, WLAN: 802.11 b/g, Bluetooth: ja, Line-in: ja, Kopfhörer-out: ja.

USB 2.0: 2x Full Speed, Video-out: DVI, Cardreader: 4-in-1 Optical Drive: beliebig extern über USB möglich, installierte Software: Windows XP Home, Symantec Norton Internet Security 206, Skype, Photo Impact 10SE, Microsoft Office 2003 (60 Tage try&buy Version).

Der UVP des Packard Bell EasyNote XS beträgt 599 Euro. evo

mobile messen
aus essen



CONCEPT
BUCKING
W E B S E A G E N T U R G M B H

bücking concept gmbh · frankenstr. 359 · 45133 essen · fon +49 (0) 201 - 41 88 0 · fax +49 (0) 201 - 41 88 9 · email: info@buecking.de · www.truck.de

Neuheiten

HS101: der Chocolate-Beamer von LG



LG bezeichnet seinen ersten LED-Miniprojektor mit seinem ansprechenden Design im Chocolate-Style und einer Helligkeit von 100 Ansi-Lumen als „Chocolate-Beamer“. Kein anderer Minibeamer auf dem Markt produziert laut Aussage von LG so helle Bilder wie das neue LG Modell. Auch in normal abgedunkelten Räumen liefert der HS101 bereits sehr scharfe, lebendige Bilder mit einem Kontrastverhältnis von 2.000:1 und in der Auflösung von 800 x 600 (SVGA). Attraktiv wie das Gerät ist auch sein Preis: Der LED-Miniprojektor HS101 ist zum UVP von 799,00 Euro verfügbar. Das 750 Gramm schwere Gerät hat die Abmessungen 154 x 117 x 50 mm. Im Lieferumfang enthalten ist eine robuste Trans-



porttasche, die das Gerät unterwegs vor Kratzern schützt. Je nachdem, ob Business-Präsentation oder Heimkino-Atmosphäre gewünscht wird, lässt sich das Bild vom Standardformat 4:3 auf 16:9-Breitbild umschalten. Die Lebensdauer der sparsamen LEDs, die bei den Beamer-Minis für die Beleuchtung sorgen, beträgt 20.000 Stunden. Optional soll Anfang 2008 ein Akku erhältlich sein, der zum netzunabhängigen Präsentieren an der Unterseite angedockt wird.

Toshiba: neue Modelle in sieben Notebook-Reihen



Zahlreiche neue Notebook-Modelle für private Anwender stellt Toshiba Europe in den Reihen Satago X200, Satellite P200, Satellite P200D, Satellite A200, Satellite A210, Satellite L40 und Satellite U300 vor. Geringer Platzbedarf und hohe Mobilität sind die Stärken der neuen Satellite P200-Modelle, die mit ihrer umfangreichen Multimedia-Ausstattung auf die Bedürfnisse anspruchsvoller Benutzer zugeschnitten sind. Mit drei



Modellen für Einsteiger aktualisiert Toshiba die Allrounder-Notebook-Reihe Satellite A200. Eine breite Auswahl bietet die Reihe der Satellite A210-Modelle mit AMD-Technologie. Notebook-Einsteigern mit schmalen Budgets wird der Einstieg in die mobile Arbeitswelt mit zwei neuen Modellen der Satellite L40-Reihe erleichtert. Höchstleistung im ultraportablen Format bieten die neuen Satellite U300-Modelle im 13,3-Zoll-Format. Für anspruchsvolle Gaming-Fans bringt Toshiba mit dem Satago X200-20J das optimale Notebook für alle Anwendungen auf den Markt, auch für die, bei denen höchstmögliche Grafik-Performance eine Grundvoraussetzung ist. Mit dem Satago X200-20J bietet Toshiba laut eigener Aussage ein Notebook als „Mastershogan virtueller Spielkunst“ an. Das Satago X200-20J ist mit seinen hohen Leistungsreserven für alle Anwendungen optimal einsetzbar. Die leistungsstarke Konfiguration basiert auf Intel Centrino Duo Prozessortechno-

logie mit Intel Core2 Duo Prozessor T7300 mit 2.0 GHz, 800 MHz Front Side Bus und der Grafiklösung NVIDIA GeForce 8700M GT. Unterstützt wird die neue Version 10 von Microsoft DirectX. Das 17 Zoll große TruBrite-Display mit WSXGA-Auflösung dient als grandioses Spiel- und Arbeitsfeld. Bei der Konzeption des Satago X200-20J steht kompromisslose Gaming-Power an erster Stelle. Die NVIDIA GeForce 8700M GT mit 256 MB VRAM zeigt ihr volles Potential bei neuesten Spiele-Titeln mit aufwendigen 3D-Animationen. Zur realistischen Darstellung und verzögerungsfreien Aktionen tragen Shader Model 4.0 und HDR-Beleuchtung bei. Das Satago X200-20J begeistert auch mit seinem schwarz-rot marmorierten Gehäusedesign. Die NVIDIA PowerMizer-Technologie sorgt bei netzunabhängigem Betrieb für effiziente Energieverwaltung und komfortabel lange Laufzeiten des 9-Zellen-Akkus. Die weiteren Ausstattungsmerkmale: Windows Vista Home Premium Edition (OEM Recovery), 2x 120 GB = 240 GB-Festplatte SATA, Arbeitsspeicher 2.048 MB (1.024 MB + 1.024 MB) auf 4.096 MB erweiterbar, Bluetooth V2.0 + DER und 10/100 Ethernet LAN. Der UVP beträgt 1.699 Euro

S+M Rehberg erweitert Programm mit Folien zum Schutz von Navis



Nach dem erfolgreichen Start der Displayschutzfolien digiCOVER für Digitalkameras und Handys erweitert die S+M Rehberg GmbH in Hamburg ihr Displayschutz-Sortiment jetzt um die Schutz-



folien naviCOVER für Navigationsgeräte. Die stabilen Folien bieten effektiven Schutz gegen Beschädigung und Verschmutzung, steigern den Kontrast des Bildschirms und reduzieren Blendungen und Spiegelungen.

Die kontraststeigernde Antireflex-Wirkung ist auch bei integrierten Monitoren sichtbar, und der Schutz zum Beispiel bei

der Reinigung ist ebenfalls nicht zu vernachlässigen. Auch beim Ein- und Ausbau bzw. Transport ist naviCOVER die preiswerte „Versicherung“ gegen Beschädigungen der Displays. Der Displayschutz für Navigationsgeräte ist aus einer optoelektronischen Qualitätsfolie „Made in Germany“ gefertigt. Er lässt sich mehrfach verwenden und rückstandslos entfernen. Die Folien gibt es passgenau für derzeit zirka 160 Geräte bis zu einer Bildschirmdiagonale von 5,0 Zoll. Außerdem stehen Folien in den Größen 3,5 Zoll, 4,0 Zoll und 4,3 Zoll zur Verfügung, die sich bei Bedarf zuschneiden lassen. Wie bereits bei den Displayschutzfolien digiCOVER erfolgreich eingeführt, gibt es auch für naviCOVER Ordergutscheine, mit denen die passgenaue Schutzfolie vom Verbraucher via Internet geordert werden kann. Damit minimieren sich für den Handel sowohl die Lagerhaltungskosten als auch das Lagerrisiko. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt je nach Größe zwischen 18,90 Euro und 19,90 Euro.

V7 auf der IFA: Neue Navigationssysteme und LC-Displays



Auf der IFA präsentiert V7 neue Highlights aus den Bereichen Navigation, Displays und LCD-TVs. Die neuesten Navigationslösungen „V7 Nav730“ und „V7 Nav740“ mit ansprechendem User Interface und integriertem Multimedia-Player sind bereits das zweite und dritte Produkt im Navigationsangebot von V7 seit dem Ende 2006 erfolgten Einstieg in diesen Markt. Außerdem werden mehrere neue LC-Displays im Segment der 19- bis 24-Zöller vorgestellt, die mit sehr kurzen Reaktionszeiten, zahlreichen Features und ihrem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis überzeugen. Neu im Programm sind auch elegante LCD-TVs mit 22“, 26“, 32“ und 42“ im glossy black Design. Mit dem V7 Nav730 und dem V7 Nav740 bietet V7 zwei Geräte mit 3,5“ bzw. 4,3“ LCD-Touchscreen an, die durch aktuelle GPS-Technik mit SiRFIII-Chipsatz und zahlreiche Multimedia-Features überzeugen. Neben umfangreichen Kartenoptionen von Teletlas und vorinstallierten Spielen verfügen die Geräte über einen Picture-Viewer für JPG-Formate und Wiedergabe von MP3-, WMA- und WMV-Dateien über den integrierten Ein-Watt-Lautsprecher. Die V7 Navigationssoftware ist gut verständlich, über das ansprechende V7 User Interface schnell und einfach zu bedienen und innerhalb von Sekunden einsatzbereit.

Uniross Ladegerät mit vier 2.700 mAh-Akkus



Uniross bringt rechtzeitig einen neuen Fast Compact Charger auf den Markt, der serienmäßig mit vier 2.700 mAh Akkus der Größe AA bestückt ist. Mit der Neuheit wendet sich Uniross vor allem an die Anwender von energieintensiven Geräten wie Digitalkameras, elektronischen Spielen, MP3- und CD-Playern. Mit 2.700 mAh gehören die Akkus zu den stärksten, die der Markt zu bieten hat. Das kompakte Schnell-Ladegerät ermöglicht mit seiner hochwertigen Ausstattung ein bequemes und sicheres Laden der Akkus. Der integrierte Netzstecker gestattet eine einfache Handhabung, und die integrierte Ladeautomatik stoppt den Ladevorgang, sobald die Akku-Kapazität erreicht ist. Der Ladevorgang wird zudem durch eine grüne LED angezeigt, die nach erfolgter Aufladung erlischt. Zusätzlich ist ein Schutz vor falsch eingelegten Akkus integriert, der eine Beschädigung der Akkus verhindert. Das Ladegerät ist für alle handelsüblichen Akkus der Größen AA und AAA geeignet und lädt wahlweise zwei oder vier Batterien gleicher Größe. Je nach Akkutyp, -kapazität und Zustand der Entladung beträgt die Ladezeit zwischen 4,5 und zehn Stunden. Dank seiner Kompatibilität mit Netzspannungen von 100 bis 240 Volt ist das Ladegerät weltweit (mit entsprechenden Adaptern) einsetzbar. Die umweltfreundlichen Uniross Produkte sind an dem exklusiven WWF-Aufkleber zu erkennen. Das Ladegerät mit den vier leistungsstarken Akkus ist ab sofort lieferbar und kostet 22,90 Euro (unverbindliche Preisempfehlung).



Drei Samsung Widescreen-TFT-Displays



Das schwarze Klavierlack-Design verleiht den SyncMaster-Modellen 2032MW, 2032BW (Bild diagonale 20 Zoll) und Samsung SyncMaster 2232BW (Bild diagonale 22 Zoll) ein bei Monitoren ungewohnt gediegenes und wertvolles Aussehen. Die drei neuen Widescreen Sync Master-Bildschirme von Samsung wurden bereits vor ihrer offiziellen Markteinführung mit dem „iF Product Design-Award“ ausgezeichnet. Die kurzen Reaktionszeiten von 2 ms (SM2032BW, SM2232BW) und 5 ms (SM2032MW), verbunden mit dem dynamischen Kontrastverhältnis von bis zu 3.000:1, machen die neuen SyncMaster Displays zu idealen Bildschirmen für das Home-Office und den repräsentativen Bereich. Mit den drei neuen Displays macht Samsung Electronics hochwertige Technik und ausgewogenes Design für den Home-Office-Bereich erschwinglich. Auch dem Bedienkomfort haben die Entwickler hohe Aufmerksamkeit geschenkt: Alle wichtigen Bildeinstellungen werden über das bedienerfreundliche On-Screen-Display (OSD) vorgenommen. Die Betrachtungswinkel betragen horizontal wie vertikal 170°/170° Grad. Der integrierte PAL TV-Tuner des Samsung SyncMaster 2032MW ermöglicht auf Knopfdruck den Wechsel von der PC-Anwendung zum Fernsehprogramm und zurück. Die zur Verfügung stehende HDMI-Schnittstelle macht den mit dem HD ready-Logo zertifizierten Breitbild-Monitor auch für die High Definition Fernseh-Zukunft bestens geeignet. Wie beim „echten“ Fernsehgerät kann gezappt werden. Die dazu erforderliche Fernbedienung gehört zum Lieferumfang. Der Wechsel zwischen Arbeit, Information und Unterhaltung lässt sich mit den Funktionen Picture in Picture (PiP) und Picture by Picture (PbP) komfortabel organisieren. Für den Anschluss von zahlreichen Peripherie-Geräten und Zuspieren stehen die Eingangsschnittstellen HDMI, Component, S-Video, Scart und Composite (FBAS) zu Verfügung. MagicBright3-Technologie sorgt bei unterschiedlichsten Anwendungen für die optimale Einstellung von Helligkeit und Brillanz. Für die neuen Geräte leistet Samsung Electronics drei Jahre Garantie inklusive Vor-Ort-Austauschservice mit Leihgerät.



Zu den Highlights im Bereich der LC-Displays gehört der erste 24-Zöller von V7 im Widescreen-Format, der V7 D24W33. Wie alle Geräte der V7-LCD-Produktfamilie besticht auch das neue Display durch sein herausragendes Preis-/Leistungsverhältnis, exzellente Bildqualität, schnelle Reaktionszeit und zahlreiche Features. Mit seiner Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten, einem Kontrastverhältnis von 1.000:1 und der Reaktionszeit von 7 ms garantiert der V7 D24W33 scharfe Bilder und brillante Farben. HDMI-Anschluss, Pivot-Funktion, integrierte Lautsprecher und Höhenverstellbarkeit machen den 24-Zöller im Widescreen-Format zu einem Allrounder, der sowohl für den Home- als auch für den Officebereich bestens geeignet ist. Des weiteren baut V7 sein Angebot bei den 17- und 19-Zoll-Modellen mit den neuen Modellen V7 D1711, V7 S1711 sowie V7 S1911, V7 D1911 und V7 D1912 aus. Alle neuen LC-Displays haben eine Reaktionszeit von 5 ms, den Helligkeitswert von 300 cd/m² und ein Kontrastverhältnis von 800:1. Der V7 D1912 bietet zusätzlich einen integrierten DVI-D Anschluss. Die Displays sind wahlweise Schwarz oder Silber erhältlich.

Digitale Bilderrahmen Samsung SPF-72H und SPF-72V



Die beiden neuen, in Silber-Weiß-Design gehaltenen digitalen Bilderrahmen SPF-72H und SPF-72V von Samsung machen das Abspielen digitaler Multimedia-Inhalte wie JPEGs, MP3s und MPEG4s zum Vergnügen. Auf dem 7-Zoll-Wide-



screen-Display mit der Auflösung von 800 x 480 Bildpunkten und dem Kontrastverhältnis von 300:1 werden Bilder

unterschiedlichster Art optimal dargestellt. Durch den Einsatz weiterer Funktionen lassen sich Fotos und Video-Clips im Format MPEG1&4 und MWV9 in Szene setzen. USB-Schnittstelle, verschiedene Kartensteckplätze sowie integrierte WLAN-Funktionalität beim SPF-72V runden die Ausstattung der neuen, 500 Gramm schweren Photo Frames von Samsung ab.

Scandyna erweitert Sortiment von iPod-Lautsprechern



Scandyna erweitert sein Sortiment für Lautsprechersysteme rund um den iPod mit den Minipod Jubilee Boxen. Sie



sind in der Farbe Anthrazitgrau gehalten und zeichnen sich durch das typische pflifige Kugeldesign der Minipod-Serie aus. Die Boxen sind für Verstärker mit Ausgangsleistungen zwischen 10 und 100 Watt geeignet und bieten mit dem 125 mm messenden Tieftöner, Kevlar-Kolben und freimontierter Hochtöner-Einheit ein beeindruckendes Hörerlebnis. Bei einer Breite von 21 cm und einer Tiefe von 20 cm sind sie ohne Füße 34 cm, mit Füßen 44 cm hoch. Als Zubehör bietet Scandyna Ständer und Wandhalterungen an.

PlayStation Spiele-Feuerwerk auf der Games Convention

Anlässlich der Games Convention 2007 in Leipzig hatte Sony Computer Entertainment Deutschland zu einem gemeinsamen Eintauchen in die Erlebniswelt rund um interaktives Gaming mit PlayStation 2, PSP und PlayStation 3 eingeladen. Wie Sony in seiner Einladung schon angekündigt hatte, standen die Zeichen auf Superlativ: In Halle 03 zeigte SCED (Sony Computer Entertainment Deutschland) auf einem Messestand mit beeindruckenden 2.000 m² Größe Spiele-Neuankündigungen für alle Plattformen.

PlayStation 2: drei Weltpremierer

Drei Weltpremierer der beliebten Spielereihe „SingStar“ wurden für die PlayStation 2 angekündigt. Zum ersten Mal wurde für nur eine Band eine ganze SingStar-Compilation veröffentlicht: „SingStar Die Toten Hosen“. Natürlich ließ es sich die Band nicht nehmen, das weltweit erste One Artist SingStar höchstpersönlich am Stand von Sony Computer Entertainment im Rahmen einer Pressekonferenz zu präsentieren. Deutsche Texte, Spitzen-Bands und eingängige Songs garantieren unvergessliche Party-Nächte mit „SingStar Deutsch Rock Pop Vol. 2“. Und für diejenigen, die den Winter nicht abwarten wollen, sorgt „SingStar Après Ski“ für Hochgebirgs-Atmosphäre im eigenen Wohnzimmer. In „BUZZ! – Das Film-Quiz“ dreht sich diesmal alles um Hollywood und die Welt der Stars & Sternchen. Auch wer kein BUZZ! Fan ist, kommt nicht zu kurz: Kürbisse zermatschen und Mumien entwirren sind nur zwei der 25 witzigen Minispiele in „BUZZ! Junior: Monsterspaß“. Unnachahmlicher Grafikstil und mehr als 100 Stunden Spielzeit machen aus dem intergalaktischen Fantasy-Spiel „Rogue Galaxy“ ein unvergessliches Spieleereignis auf PS2. Naturgetreues Gaming im Hollywood-Stil bietet der preisgekrönte Titel „Syphon Filter: Dark Mirror“, in dem der Spieler tief in die Rolle eines Spionage-Helden eintauchen muss.

PlayStation 3

Auf der GC 2007 gab SCED einen Ausblick auf die kommenden Spielerlebnisse auf der PlayStation 3 in HD-Qualität: In „Uncharted: Drakes Schicksal“ ist der Held Drake in ein Dschungel-Abenteuer der Extra-Klasse verwickelt und sucht nach dem legendären Schatz von El Dorado. „Folklore“, ein weiteres Action-Adventure-Game des berühmten Schöpfers

vieler Capcom-Spiele wie Street Fighter, Resident Evil und Genji, Yoshiki Okamoto, lockt auf die Reise in eine jenseitige Welt, in der die übernatürlichen Kräfte unzähliger Folks für das Überleben eingesetzt werden müssen. „Gran Turismo 5 Prologue“, entwickelt von „GT“-Schöpfer Kazunori Yamauchi und Polyphony Digital Inc., liefert einen Vorgesmack auf das heißersehnte Gran Turismo 5. In „Eye of Judgment“ erweckt die revolutionäre Technik der PlayStation Eye-Kamera die Spiel-Kreaturen auf 3D-Fantasy-Karten zum Leben. Mit 30 neuen Songs, der Onlineplattform MySingStar und dem SingStore für grenzenlosen Musikdownload ist „SingStar PS3“ der Stoff für einen gelungenen Abend mit Freunden. Weitere interessante PS3-Neuheiten sind: „Heavenly Sword“ und „Lair“, entwickelt von Julian Eggebrecht.

PlayStation Portable

Die Erfolgsserie setzt sich fort und folgt dem Gesetz: Was auf PlayStation 2 spektakulär war, wird auf PSP noch besser ...: „God of War: Chains of Olympus“ kommt zum ersten Mal als aufregendes Abenteuer von Kratos auf PSP und zeigt, was mit dem mobilen Wunderkind alles möglich ist.

„Folklore“: Düsteres Abenteuer in einem prachtvollen Altraum

„Folklore“, ein neues Action-Abenteuer-Spiel exklusiv für PlayStation 3, wird im Oktober in die Läden kommen. Es ist eine kunstvolle Komposition mit wunderschönen, detaillierten Landschaften und Charakteren, einer ergreifenden, übernatürlichen Geschichte und mit intuitivem, bewegungssensitivem Gameplay. Bei der Tokyo Game Show wurde das Spiel bereits unter dem Titel „Monster Kingdom“ vorgestellt. Entwickelt wurde „Folklore“ in den „Game Republic“-Studios in Tokio unter der Leitung des legendären

Spieledesigners Yoshiki Okamoto (verantwortlicher Produzent von „Onimusha“, „Devil May Cry“ und „Resident Evil“). Die Geschichte beginnt, als Ellen, eine junge Frau, einen Brief von ihrer längst verstorbenen geglaubten Mutter erhält. Der skeptische Journalist Keats, der für eine okkulte Zeitschrift arbeitet, wird zur gleichen Zeit dringend zur Ermittlung eines geheimnisvollen Überfalls gerufen. Die Schicksale dieses ungleichen Paares vereinen sich im irischen Dorf Doolin. Das kleine verschlafene Nest verbirgt ein geheimes Tor zur Unterwelt und die Antwort auf ein 17 Jahre altes Geheimnis. Die beiden spielbaren Charaktere Ellen und Keats müssen getrennt durch sieben riesige Reiche reisen, die von schauerlichen Monstern, den „Folklore“ oder auch „Folks“, bewohnt werden, deren Kräfte sie sich zum Überleben zunutze machen müssen. Die Spieler können die Kräfte der Folks mit Hilfe des Sixaxis Wireless-Controllers an sich reißen, indem sie sie aus ihren Körpern „herausziehen“. Jeder einzelne der Folklore hat eine einzigartige Angriffsfähigkeit, wodurch das Spiel mehr strategische Tiefe erhält.

NEC und Spatial View kooperieren bei drei- dimensionalen Spielen

Auf der Games Convention zeigte NEC erstmals einen 19-Zoll LCD 3D-Monitor für Spiele, mit dem Oberflächen von Computerspielen als dreidimensionale Ansichten dargestellt werden können. Zusätzliche Hilfsmittel wie Shutter-Brillen sind nicht mehr erforderlich. Zum Einsatz kommt eine Lösung aus dem Bereich der professionellen 3D-Visualisierung. NEC kooperiert bei diesem Projekt mit dem deutsch/kanadischen Unternehmen Spatial View, das seine Kombination aus Hard- und Software bereits auf der CeBIT 2007 demonstrierte. Da der 3D-Eindruck unter anderem von einer

Windows-Software erzeugt wird, waren für Programme wie Cinema 4D oder Maya Plug-Ins notwendig. Die beiden von der Software erzeugten Stereo-Bilder werden durch den Einsatz eines Filter jeweils nur für ein Auge auf der Bildschirmoberfläche sichtbar.

Europa-Start: „Blue Dragon“ für Xbox 360

Das japanische Action-Rollenspiel entert den europäischen Markt. Exklusiv für Xbox 360 ist seit dem 24. August 2007 das langersehnte Action-Rollenspiel „Blue Dragon“ in Europa erhältlich. Damit haben endlich auch europäische Xbox 360-Spieler die Chance, sich mit Shu und seinen Freunden in dem japanischen Action-Rollenspiel zu verbünden.

Mit „Blue Dragon“ ist es den Microsoft Game Studios gelungen, durch eine unvergleichliche Kombination von realistischer Umgebung, Anime-Charakteren, einzigartigen Kämpfen und komplexen und detaillierten Handlungen im Genre der Action-Rollenspiele neue Maßstäbe zu setzen. In der Rolle des Jungen Shu tauchen Gamer in die „Blue Dragon“-Welt ein und begeben sich zusammen mit Shus vier Freunden auf eine Reise, natürlich mit dem Ziel,



Das Action-Rollenspiel „Blue Dragon“ ist seit Ende August exklusiv für die Xbox 360 erhältlich.

die eigene Welt vor dem Bösen zu bewahren. Die Entwicklung von „Blue Dragon“ ist die Krönung der Zusammenarbeit des japanischen Top-Entwicklers von Artoon mit dem weltberühmten Spieleproduzenten Hironobu Sakaguchi von Mistwalker. Das epische Action-Rollenspiel lebt von den Charakter-Designs des namhaften Akira Toriyama, der bereits „Dragon Ball Z“ mit Leben erfüllt hat. Die Musikkompositionen stammen von Nobuo Uematsu, der vor allem durch den Soundtrack der Final Fantasy-Reihe bekannt wurde. Die unverbindliche Preisempfehlung für „Blue Dragon“ beträgt 69,90

Euro. Das Spiel ist von der USK „freigegeben ab 12 Jahren gemäß § 14 JuSchG.“

First-Person Shooter „Crysis“ Crytek kommt im November 2007



„Crysis“ für PC vom Entwickler Crytek wird von EA am 16. November 2007 veröffentlicht. „Crysis“ erhielt den „Game Critics Award: Best of E3 2007“ in der Kategorie „bestes PC Spiel“.

Der weltweit mit Spannung erwartete First-Person Shooter Crysis für PC vom Frankfurter Entwicklungsstudio Crytek wird von EA am 16. November 2007 veröffentlicht. „Crysis“ beeindruckt durch spektakuläre DirectX 10- und DirectX 9-Grafik, clevere Spielmechanik und eine epische Geschichte. Die großen Erwartungen der Fachwelt an diesen Titel unterstreicht der Gewinn des diesjährigen „Game Critics Award: Best of E3 2007“ in der Kategorie „bestes PC Spiel“. Die Auszeichnung wird jedes Jahr im Anschluss der US-Fachmesse E3 vergeben und zählt zu den renommiertesten Preisen der Branche. „Crysis“ bietet ein offenes Spieldesign und eine bisher nie gesehene Freiheit für die Spieler.

Eine Besonderheit ist der sogenannte Nanosuit. Dieser High-Tech-Kampfanzug erlaubt es dem Spieler, sich dem Kampfgeschehen anzupassen und z. B. in einen Tarnmodus zu gehen oder seine Stärke und Geschwindigkeit zu erhöhen.

In der Spielwelt erwarten den Spieler spannende Dschungellandschaften, die im Laufe des Spieles in eine schockgefrorene Eiswelt transformiert werden, sowie das Raumschiff der Außerirdischen, in dem man in der Schwerelosigkeit kämpft.

MADEIRA • MARC • MIXGETRÄNKE • OBSTBRAND • PUNSCH • RUM • SEKT • SHERRY
 LIQÜR • KORN • GRAPPA • GIN • GENEVER • COGNAC • CHAMPAGNER • CALVADOS • BRANDY • BITTER • ARMAGNAC • APERTIF
 WURZELSCHNAPS • WODKA • WEINBRAND • WACHOLDER • VERMOUTH • SYRUP • TEQUILA • STEINHÄGER • SPUMANTE • SOFTSPIRITUOSEN

Planen Sie Ihre Weihnachtspräsente schon jetzt!

Wir bieten Ihnen ein überaus großes Sortiment an Spirituosen - auch ausgefallene Produkte - in allen Preislagen.

Zudem bieten wir Ihnen unsere jahrzehntelange Erfahrung in der Abwicklung individueller Kundenaufträge.

Nehmen Sie Kontakt mit unserer Frau Greiner auf: Tel. 0 21 33 / 9 75 60, die Sie gerne berät und Ihnen ein Angebot unterbreitet, das Ihren Wünschen entspricht.

HGG Handelsgesellschaft mbH
 Otto-Schott-Str. 4
 41542 Dormagen (Delrath)

Tel. 02133-97560 • Fax 02133-975623
 E-Mail: HYPERLINK mailto:hgg@hgg-online.de cornelia.greiner@hgg-online.de
 www.hgg-online.de



Erlesene Getränke aus aller Welt

WEINE AUS AUSTRALIEN, ITALIEN, ÖSTERREICH, SCHWEIZ, SPANIEN, SÜDAFRIKA, USA, ...

Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht zur Verstärkung der IT-Abteilung

Systemanalytiker (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Europaweite Betreuung und Unterstützung des DV-Systems inkl. Anwendungen
- Gestaltung optimaler Betriebs- und Anwendungsabläufe in den Bereichen Vertrieb und Produktion

Ihr Profil:

- Möglichst abgeschlossenes Studium der Informatik/Wirtschaftsinformatik
- Mind. 2 Jahre Berufserfahrung in DV-Systemumgebung
- Sehr gute Anwenderkenntnisse in ERP, ggf. MAPICS und JDE
- Programmierkenntnisse in SQL und ggf. RPG
- Sehr gutes Englisch

Kennziffer 278

Sind Sie an dieser Position interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tipps finden Sie auf unserer Website.

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29
 40217 Düsseldorf
 Tel: 0211 – 370601
 Fax: 0211 - 379468
 E-Mail: info@bestjob.de
 Internet: http://www.bestjob.de



Grönland den Politikern: Öko-Wallfahrten

Wallfahrten scheinen ein ureigenes Bedürfnis der menschlichen Rasse zu sein. Vor Jahrtausenden machte man sich auf den Weg, um Nahrungsquellen oder bessere Klimabedingungen zu finden und kam bei Erfolg wie bei Misserfolg nicht mehr zurück. Seit der modernen Zeitrechnung entwickelte sich der Brauch, auf beschwerlichen Wegen zu religiösen Heiligtümern zu pilgern und reich an Weisheit und Erkenntnis zurückzukehren. Seitdem pilgern Christen nach Lourdes, Tschenstochau oder Santiago de Compostela. Mohammedaner pilgern nach Mekka. Nach einer Beruhigung im 19. und 20. Jahrhundert begeben sich nun wieder mehr Menschen auf Pilgerfahrten. Da wollen Politiker nicht zurückstehen. Sie haben sich ein eigenes Pilgerziel ausgesucht: Grönland. Anzunehmen, dass sie dort nach Weisheit und Erkenntnis suchen, wäre zu optimistisch. Sie fischen im aufgetauten Grönland-Eis nach Wählerstimmen ihrer sich von Global Warming bedroht fühlenden Bürger. Die Anzahl der mit Sicherheits- und Medienbegleitung per Flugzeug oder Helikopter in Grönland einschwebenden Polit-Touristen führt dort schon zu logistischen Problemen. Denn für zielgerichtete Kamera-bilder muss jeder Politiker an einem sonnigen Tag an einen Ort transportiert werden, an dem Eisberge, Wasser und trockener Fels den aussagekräftigen Hintergrund für Fotos bilden. So was erklärt sich später von selbst: Eisberge schmelzen, Schmelzwasser verdunstet, übrig bleibt der nackte Fels. „Das sieht aber, seit ich lebe, an dieser Stelle im Sommer immer so aus“, sagt ein Grönländer, unverständlich auf Dänisch. Als der Touristen-Führer in englischer Sprache von Erik de Rote erzählt, der 982 n. Chr. von Island kam und der Insel wegen ihres vor 1.000 Jahren warmen Klimas und der grünen Vegetation den Namen „Grænland“ (altnordisch „Grünland“) gab, schalteten die Presseleute ihre Mikrofone ab.

ev0

GRAETZ sucht im Postleitzahlengebiet 2 zum schnellstmöglichen Eintritt einen

GEBIETSLEITER / IN

Sie bringen mehrjährige Berufserfahrung und Kontakte aus der Branche mit, Fachhandels-Erfahrung wäre von Vorteil, und überzeugen durch sicheres Auftreten. Kommunikative Kompetenz, Teamfähigkeit, ein hohes Maß an Eigenmotivation und vertriebliche Diplomatie runden Ihr Profil ab.

GRAETZ TECHNOLOGIE AUS TRADITION

Eine Marke für den Fachhandel.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:
 Klaus Markgraf • Direktor Marketing und Vertrieb • VESEG GmbH
 An der Windmühle 9 – 11 • 66780 Rehlingen-Siersburg

Wir sind auf der IFA: Halle 6.2a Stand 108

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
 Postfach 12 29, 40832 Ratingen
 Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
 Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
 Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
 Online: http://www.pos-mail.de
 Postbank Essen,
 Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
 Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
 Franz Wagner; Dr. Herbert Päge; Dipl. rer. pol.
 Karla Schulze; Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 8 v. 1. Januar 2007

Layout und Herstellung:

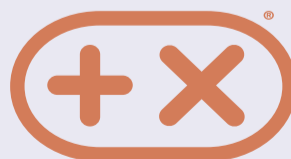
Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter
 Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
 des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,- € jährlich (Ausland: 80,- €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1615-0635



ERLEBEN, WAS ANDERE NUR SEHEN.



MEHR SCHÄRFE. MEHR BRILLANZ.
MEHR ZUKUNFT. IN FULL HD.

Die neue VIERA Full HD Plasma Serie PZ70 bietet gestochen scharfe Bilder in ultraflachem Design. Erleben Sie 29 Milliarden leuchtende Farben mit sensationeller Tiefe und Detailreichtum. Bedienen Sie mit VIERA Link alle Panasonic Heimkinogeräte mit einer einzigen Fernbedienung.

Jetzt mehr erleben:
Im Handel oder unter www.panasonic.de

Panasonic
ideas for life



Stellen Sie sich vor: Bewegende Augenblicke, so brillant und klar wie das Leben.

Werden Sie Zeuge dieses bedeutenden Schrittes in der Entwicklung von Full HD LCD TV. Fangen Sie durch die Super Clear Panel-Technologie noch brillantere und intensivere Farben ein. Erleben Sie beispiellos detailgenaue Bewegungsschärfe, wie sie nur Full HD und 100Hz in Ihr Wohnzimmer zaubern können. Genießen Sie die schönsten Augenblicke Ihres Lebens, z.B. mit der neuen F8-Serie. Mit einem Samsung Full HD LCD TV ist eben alles vorstellbar. [imagine](#)

www.samsung.de

